Los Noventa

La vida social de las cosas

Perspectiva cultural de las mercancías

Arjun Appadurai, ed.







Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

grijalbo

LOS NOVENTA

La vida social de las cosas

Perspectiva cultural de las mercancías

Arjun Appadurai, ed.



Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

grijalbo

MÉXICO, D.F.

LA VIDA SOCIAL DE LAS COSAS
Perspectiva cultural de las mercancías

Título original en inglés: *The Social Life of Things*
Commodities in Cultural Perspective

Traducción: Argelia Castillo Cano,
de la edición de
Cambridge University Press,
Cambridge, 1986

Primera edición en la colección Los Noventa

Coedición: Dirección General de Publicaciones del
Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/
Editorial Grijalbo, S.A. de C.V.

ISBN 970-05-0288-0

IMPRESO EN MÉXICO

ÍNDICE

PRÓLOGO

La genealogía de cualquier obra multidisciplinaria suele ser muy compleja. Los antecedentes inmediatos de este libro son claros: la visión y la energía del compilador, Arjun Appadurai, animaron esta empresa de principio a fin. Con todo, también se trata de un esfuerzo conjunto, y el simposio y el taller donde se produjeron los ensayos individuales son resultado del diálogo que antropólogos e historiadores de la Universidad de Pensilvania comenzaron hace una década bajo la égida del Programa de Etnohistoria. El estímulo original de dicho programa provino de la convicción compartida de que ambas disciplinas tienen mucho que aprender una de la otra. El monto por aprender sólo se vuelve evidente en la medida en que el diálogo progresa.

Intercambios de este tipo ya habían ocurrido. En años recientes, los historiadores sociales han buscado perspectivas teóricas en la antropología, al mismo tiempo que han ampliado sus miras incluyendo a los campesinos, las minorías étnicas —pueblos sin historia—, la familia y otros temas que se han considerado del dominio tradicional de los antropólogos. A aquellos que deseaban hacer historia a fondo y completa, la antropología les ofrecía la necesaria dimensión de la cultura, los sistemas de significado que la gente confiere a sus formas sociales. El interés de los antropólogos en la historia, aunque no sea del todo nuevo, se ha vuelto más intenso y de un carácter diferente.

El pasado, considerado alguna vez como el preludio más o menos indistinto del presente etnográfico, ha venido a representar de un modo creciente un almacén rico en información sobre la organización sociocultural: cosecha empírica provechosa para el trabajo conceptual antropológico. Ahora bien, si los antropólogos quieren utilizar este almacén, deben dominar las fuentes y las técnicas de la investigación histórica.

En este plano rudimentario, el intercambio es una forma de allanamiento mutuo, donde la historia es vista meramente como fuente de hechos y la antropología como fuente de teorías. El resultado puede ser decepcionante. A diferencia de la mayoría de los tipos de botín, los hechos históricos y los modelos antropológicos pierden mucho valor cuando son extraídos de sus contextos originales. El Programa de Etnohistoria fue creado con la idea de que sería provechoso para ambas disciplinas tratar de entender a la otra, adentrarse en ella y conocer su funcionamiento. El intento produjo inicialmente un choque cultural. Las dos disciplinas no hablan siempre el mismo lenguaje y, lo que resulta más inquietante, utilizan a veces las mismas palabras para designar cosas completamente diferentes. Como en otras formas de choque cultural, el descubrimiento de la diferencia es el primer paso hacia la comprensión. Vistos a través de los ojos del antropólogo el mito, el rito y el símbolo dejan de ser trivialidad histórica, elementos decorativos que pueden añadirse a temas serios de análisis, siempre y cuando no los oscurezcan del todo; en su lugar, se convierten en indicios vitales entretejidos con y reveladores de los temas que son considerados centrales en la historia. Las percepciones del cambio sostenidas por los historiadores son igualmente esclarecedoras; el cambio deja de ser la transición de un estado estable a otro, para convertirse en un proceso continuo al que están sujetos todos los sistemas. Y una vez que el cambio a lo largo del tiempo se acepta como un análisis dado, diacrónico, basado en la cronología y la casualidad, debe incorporarse en la construcción del esquema.

El escenario posterior, más fructífero, surge cuando los intereses de los antropólogos e historiadores coinciden para producir un conjunto de objetivos comunes, en tanto fines opuestos a la mera complementariedad: el desarrollo de modelos dinámicos que combinan sistema con proceso, en patrones de cambio sociocultural a largo plazo. Junto a las metas comunes aparecen los problemas comunes. Dos de ellos han cobrado gran importancia en las discusiones del Taller de Etnohistoria. El primero se relaciona con las fuentes. ¿Cómo pueden reconstruirse los sistemas de significado del pasado (dejando de lado los posibles cambios contenidos en ellos) cuando no

existe la posibilidad de participar y de observar directamente la vida de la gente? Pueden encontrarse respuestas parciales en la producción de nuevos tipos de evidencia, como las imágenes visuales y las tradiciones orales; en el uso de un conjunto más amplio de fuentes documentales, y en la profundización en aquellas fuentes de información que los autores no difunden voluntariamente. Con todo, la historia está limitada en última instancia por aquello que los "informantes" del pasado deciden registrar y por lo que se preserva de modo accidental.

El segundo problema tiene que ver con el método. ¿De qué modo preciso se combina sistema con proceso? El primero acomoda segmentos en una relación sincrónica explicada por la función; el segundo los vincula secuencialmente mediante causa y efecto. Obviamente, tiene que verse dicha relación en movimiento, porque cambia continuamente aunque permanezca más o menos integrada. Decirlo es más fácil que hacerlo. En algún momento o, en ciertos momentos, el movimiento debe detenerse para permitir el análisis del sistema en cuanto sistema. Con todo, una sucesión de escenas no revela el proceso y puede esconder la naturaleza a menudo progresiva y gradual del cambio. A pesar de que los dos modos de análisis no son necesariamente incompatibles, pueden resistirse por igual a la síntesis. En cierto sentido, el movimiento debe sacrificarse en favor del análisis de la estructura o quizá, el orden de las prioridades tenga que invertirse.

La elección marca la frontera entre ambas disciplinas. Junto con otras diferencias de énfasis, la elección surge, en mi opinión, de la distinción fundamental en materia de la formación profesional, definida ya sea por el trabajo de campo etnográfico o por la investigación documental. Los historiadores y antropólogos pueden coincidir en el mismo terreno, pero vienen de diferentes lugares. Pueden comprender y aun involucrarse en la manera de investigar del otro, así como utilizar la información generada; pero, lo más probable es que la usen para complementar la propia, buscando indicios del presente en el pasado o indicios del pasado en el presente.

La diferencia no significa un fracaso de comunicación. El objetivo es dialogar a través de las fronteras disciplinarias, y no eliminarlas, porque no habría razón alguna para conversar si todos habláramos con la misma voz. La tensión creativa emerge de la combinación de dos perspectivas distintas, y de esta tensión creativa continúan surgiendo otros conocimientos.

Este volumen ejemplifica el valor tanto para los antropólogos como para los historiadores de unir sus recursos separados centrán-

dolos en un solo tópico. Identidades y enfoques permanecen diferentes, a pesar de los grados de superposición. Con todo, cada contribución se ha beneficiado con el diálogo y el tema ha sido iluminado por la combinación de ambas luces. Tal como el compilador del presente libro argumenta tan convincentemente en otro contexto, el intercambio es la fuente del valor.

NANCY FARRISS

PREFACIO

A pesar de que el antropólogo y el historiador hablan con mayor frecuencia uno acerca del otro, excepcionalmente lo hacen uno con el otro. Este libro es producto del diálogo sostenido a lo largo de un año por historiadores y antropólogos con respecto a las mercancías. Tres de los ensayos (el de Cassanelli, el de Geary y el de Spooner) fueron presentados en el Taller de Etnohistoria de la Universidad de Pensilvania, en 1983-1984. Los demás (salvo mi capítulo introductorio) fueron presentados en un simposio sobre la relación entre mercancías y cultura, patrocinado por el Programa de Etnohistoria, en Filadelfia, del 23 al 25 de mayo de 1984.

Mi colega en el Departamento de Historia de la Universidad de Pensilvania, Lee Cassanelli, propuso el tema de mercancías y cultura para el Taller de Etnohistoria verificado en 1983-1984. A él y a Nancy Farriss (colega del Departamento de Historia y guía espiritual del taller desde 1975), les debo muchos años de diálogo interdisciplinario estimulante. La propuesta de Lee Cassanelli coincidió fortuitamente con una conversación que entablé con Igor Kopytoff y William Davenport (colegas del Departamento de Antropología de la misma universidad), en el curso de la cual acordamos que ya era tiempo de emprender una revitalizada antropología de las cosas.

El simposio de mayo de 1984, que condujo directamente a la planeación de este volumen, fue posible gracias a las subvenciones

otorgadas al Programa de Etnohistoria por la National Endowment for the Humanities y la Escuela de Artes y Ciencias de la Universidad de Pensilvania. El éxito de ese simposio se debió en gran parte al apoyo intelectual y logístico ofrecido por los estudiantes y colegas que participaron en él. En particular, debo agradecer a Greta Borie, Peter Just y Christine Hoepfner, su ayuda previa y posterior al simposio.

Asimismo, he sido objeto de gran generosidad durante la preparación de este libro. Susan Allen-Mills, de la Cambridge University Press, fue una valiosa fuente de orientación intelectual y práctica. Tengo una deuda especial con el equipo del Centro de Estudios Avanzados en Ciencias del Comportamiento, cuyos recursos secretariales y administrativos contribuyeron sustancialmente a la rápida conclusión del manuscrito. En particular, mi gratitud a Kay Holm, Virginia Heaton y Muriel Bell.

ARJUN APPADURAI
Stanford, California

PRIMERA PARTE

HACIA UNA ANTROPOLOGÍA DE LAS COSAS

I. INTRODUCCIÓN: LAS MERCANCÍAS Y LA POLÍTICA DEL VALOR

ARJUN APPADURAI

Este capítulo tiene dos objetivos. El primero es introducir y establecer el contexto en que se enmarcan los ensayos que componen el presente volumen. El segundo es proponer una nueva perspectiva acerca de la circulación de las mercancías en la vida social. La esencia de esta perspectiva puede formularse del modo siguiente: el intercambio económico crea valor. El valor está contenido en las mercancías que se intercambian. Centrándose en las cosas que se intercambian, y no simplemente en las formas o las funciones del intercambio, es posible argüir que lo que crea la conexión entre intercambio y valor es la *política*, entendida en sentido amplio. Esta afirmación, por desarrollar a lo largo del presente ensayo, justifica la idea de que las mercancías, como las personas, tienen una vida social.[1]

Las mercancías pueden definirse provisionalmente como objetos de valor económico. Con respecto a cómo debemos entender el término de valor económico, la guía más útil (aunque no la más común) es ofrecida por Georg Simmel. En el primer capítulo de *The Filosophy of Money* (1978), Simmel proporciona una descripción sistemática del modo en que se define mejor el valor económico. Para él, el valor nunca es una propiedad inherente de los objetos, sino un juicio acerca de ellos emitido por los sujetos. Con todo, la clave para la comprensión del valor, de acuerdo con Simmel, descansa en la región donde "la subjetividad es sólo provisional y no verdaderamente muy esencial" (Simmel 1978: 73).

Al explorar este intrincado dominio, el cual no es del todo subjetivo ni del todo objetivo, donde el valor surge y funciona, Simmel sugiere que los objetos no son difíciles de adquirir porque sean valiosos, "sino que llamamos valiosos a esos objetos que se resisten contra nuestro deseo de poseerlos" (p. 67). Lo que Simmel denomina objetos económicos en particular, existe en el espacio comprendido entre el deseo puro y el disfrute inmediato, lo cual implica cierta distancia entre ellos y la persona que los desea, distancia que puede salvarse. Esta distancia se cubre en y a través del intercambio económico, donde el valor de los objetos está determinado recíprocamente. Es decir, el deseo de uno por un objeto se alcanza mediante el sacrificio de algún otro objeto, que es el centro del deseo de otro individuo. Tal intercambio de sacrificios constituye el tema de la vida económica, y la economía —como una forma social particular— "consiste no sólo en *valores* intercambiables, sino también en el *intercambio* de valores" (p. 80). El valor económico, para Simmel, es generado mediante este tipo de intercambio de sacrificios.

Varios argumentos se desprenden de este análisis del valor económico efectuado por Simmel. El primero reside en que el valor económico no es sólo valor en general, sino también una suma definida de valores, el cual es producto de la proporción de dos intensidades de demanda. La forma que esta proporción adquiere es el intercambio de sacrificio y ganancia. Así, el objeto económico no tiene un valor absoluto como resultado de su demanda, sino que ésta, en tanto base de un intercambio real o imaginario, dota al objeto de valor. El intercambio es el que establece los parámetros de utilidad y escasez, en lugar de que suceda al revés, y el intercambio es el que representa la fuente de valor:

> La dificultad de adquisición, el sacrificio ofrecido en el intercambio, es el único elemento constitutivo del valor, del cual la escasez es sólo la manifestación externa, su objetivación en forma de cantidad. (p. 100.)

En una palabra, el intercambio no es un subproducto de la valoración mutua de objetos, sino su fuente.

Estas breves y brillantes observaciones preparan el escenario para el análisis de lo que Simmel considera el instrumento más complejo en la conducción del intercambio económico —el dinero— y su lugar en la vida moderna. Sin embargo, las observaciones de Simmel pueden tomarse en una dirección muy distinta. Este camino alternativo, que es ejemplificado en lo que resta de este ensayo, motiva la exploración de las condiciones bajo las cuales los objetos económicos

circulan en diferentes *regímenes de valor* en espacio y en tiempo. La mayoría de los ensayos incluidos en este volumen examinan cosas específicas (o grupos de cosas) tal como circulan en ambientes culturales e históricos particulares. Lo que estos ensayos ofrecen es una serie de ideas en torno a las formas en las cuales el deseo y la demanda, el sacrificio recíproco y el poder, interactúan para crear el valor económico en situaciones sociales específicas.

El sentido común occidental contemporáneo, construido con base en diversas tradiciones históricas en filosofía, derecho y ciencia natural, tiene una fuerte tendencia a oponer "palabras" y "cosas". Aunque éste no ha sido siempre el caso aun en Occidente, como Marcel Mauss lo señala en su famoso trabajo *The Gift*, la tendencia contemporánea predominante es considerar el mundo de las cosas como inerte y mudo; el cual es puesto en movimiento y animado, y en verdad conocible, sólo mediante las personas y sus palabras (véase también Dumont 1980: 229-230). Sin embargo, en muchas sociedades históricas, las cosas no han estado tan divorciadas de la capacidad de actuar de las personas y del poder comunicativo de las palabras (véase el capítulo II). El hecho de que tal percepción de las cosas no haya desaparecido, incluso en las condiciones del capitalismo industrial occidental, es una de las intuiciones que apoyan el célebre análisis de Marx, contenido en *El capital*, sobre el "fetichismo de las mercancías".

A pesar de que nuestro propio enfoque de las cosas esté necesariamente condicionado por la idea de que las cosas no tienen otros significados sino aquellos conferidos por las transacciones, las atribuciones y las motivaciones humanas, el problema antropológico reside en que esta verdad formal no ilumina la circulación concreta, histórica, de las cosas. Por ello, debemos seguir a las cosas mismas, ya que sus significados están inscritos en sus formas, usos y trayectorias. Es sólo mediante el análisis de estas trayectorias que podemos interpretar las transacciones y cálculos humanos que animan a las cosas. Así, aunque desde un punto de vista *teórico* los actores codifican la significación de las cosas, desde una perspectiva *metodológica* son las cosas-en-movimiento las que iluminan su contexto social y humano. Ningún análisis social de las cosas (efectuado por un economista, un historiador del arte o un antropólogo) puede evitar un grado mínimo de lo que podría llamarse fetichismo metodológico. Este fetichismo metodológico, que centra nuestra atención en las cosas mismas, es en parte un correctivo a la tendencia de sociologizar excesivamente las transacciones en cosas, una tendencia que debemos a Mauss, como lo ha advertido recientemente Firth (1983: 89).[3]

Las mercancías, y las cosas en general, son de interés independiente para los distintos tipos de antropología. Constituyen el primer y último recurso de los arqueólogos. Son la sustancia de la "cultura material", que unifica a los arqueólogos con los diferentes tipos de antropólogos culturales. En tanto objetos de valor, se hallan en el corazón de la antropología económica; como medio de obsequio o dote, se ubican en el centro de la teoría del intercambio y de la antropología social en general. La perspectiva mercantil de las cosas representa un acceso útil al interés semióticamente revivido y orientado en la cultura material, el cual ha sido recién destacado y ejemplificado en una sección especial de *RAIN* (Miller 1983). Con todo, las mercancías no sólo son de gran importancia para los antropólogos. Constituyen también un tópico de vivo interés para los historiadores económicos y sociales, para los historiadores del arte y, no lo olvidemos, para los economistas, aunque cada disciplina aborde el problema de un modo diferente. Las mercancías representan, pues, un tema respecto del cual la antropología tiene algo que ofrecer a las disciplinas vecinas, así como un tema en relación con el cual tiene una buena oportunidad de aprender de ellas.

Los ensayos del presente volumen cubren una buena parte de terreno histórico, etnográfico y conceptual, pero de ningún modo agotan la relación entre cultura y mercancías. Los coautores son cinco antropólogos sociales, un arqueólogo y cuatro historiadores sociales. Ni los economistas ni los historiadores del arte están representados aquí, aunque sus puntos de vista no han sido de ningún modo ignorados. Algunas grandes áreas del mundo no están representadas (como China y Latinoamérica), pero la cobertura espacial es, a pesar de ello, bastante amplia. Si bien en estos ensayos se examina una gama interesante de bienes, sería muy larga la lista de mercancías *no* analizadas, y existe una tendencia a retomar los bienes especializados o de lujo, en lugar de las mercancías "primarias" o "de volumen". Por último, la mayoría de los autores estudian los *bienes* y no los *servicios*, a pesar de que éstos también sean, evidentemente, objetos importantes de mercantilización. No obstante que cada una de estas omisiones resulta significativa, sugeriré en el curso de este ensayo que algunas de ellas son menos importantes de lo que parecen.

Las cinco secciones de que se compone este ensayo están dirigidas a los objetivos siguientes: la primera, sobre el espíritu de la mercancía, es un ejercicio crítico de definición, cuya tesis es que las mercancías propiamente entendidas no son monopolio de las economías modernas, industriales. La segunda, referida a las rutas y desviaciones, realiza las estrategias (tanto individuales como institucionales) que

hacen de la creación del valor un proceso políticamente mediado. La tercera, en torno al deseo y la demanda, vincula patrones de corto y largo plazo en la circulación de mercancías, para mostrar que el consumo está sujeto al control social y a la redefinición política. La sección menos sustantiva, la cuarta, sobre la relación entre conocimiento y mercancías, trata de demostrar que la política del valor es en muchos contextos una política del conocimiento. La sección final vuelve a centrar la reflexión en la política, en tanto plano de mediación entre el intercambio y el valor.

EL ESPÍRITU DE LA MERCANCÍA

Pocos negarían que la mercancía es una cosa profundamente socializada. Con fines definidores, la pregunta es: ¿en qué consiste su sociabilidad? La respuesta purista, atribuida de modo rutinario a Marx, es que la mercancía es un producto destinado principalmente al intercambio, y que tales productos surgen, por definición, en las condiciones institucionales, psicológicas y económicas del capitalismo. Definiciones menos puristas consideran a las mercancías como bienes dirigidos al intercambio, independientemente de la forma que éste adopte. La definición purista cancela la indagación de manera prematura. Las definiciones más vagas amenazan equiparar mercancía con obsequio y muchas otras clases de cosas. En esta sección, a través de una crítica de la comprensión marxista de la mercancía, sostendré que las mercancías son cosas que poseen un tipo particular de potencial social, que son discernibles de "productos", "objetos", "bienes", "artefactos" y otros tipos de cosas (aunque sólo lo sean en ciertos aspectos y desde determinada perspectiva). Si mi tesis está bien fundada, de ella se seguirá que es útil con fines definidores considerar que las mercancías existen en una variedad muy amplia de sociedades (aunque con una intensidad y prominencia especial en las sociedades capitalistas modernas), y que existe una coincidencia inesperada entre Marx y Simmel acerca de las mercancías.

La tesis más elaborada e intelectualmente provocativa de la idea de mercancía aparece en el libro primero, sección primera, de *El capital* de Marx, aunque la noción fue difundida en las discusiones de economía política del siglo XIX. El propio análisis que hace Marx del concepto de mercancía constituye una parte central de su crítica de la economía política burguesa, y un punto de apoyo en la transición desde su pensamiento previo referido al capitalismo (véase particularmente Marx 1978) hasta su análisis completamente desarrollado

de *El capital.* Hoy día, la importancia conceptual de la idea de mercancía ha cedido ante la concepción neoclásica, marginalista, de "bienes", y la palabra "mercancía" utilizada por la economía neoclásica sólo se refiere a una subclase especial de bienes primarios y ya no desempeña un papel analítico central. Esto no ocurre, por supuesto, en el caso de los enfoques marxianos en economía y sociología, o en el de los estudios neorricardianos (como el de Piero Sraffa), donde el análisis de la "mercancía" aún desempeña un papel teórico fundamental (Sraffa 1965; Seddon 1978).

No obstante, en la mayoría de los análisis económicos modernos (realizados fuera del campo de la antropología), el significado del término mercancía se ha estrechado hasta reflejar sólo una parte de la herencia de Marx y de los primeros exponentes de la economía política. Es decir, en la mayor parte de sus usos contemporáneos, las mercancías son tipos especiales de bienes manufacturados (o servicios), que se asocian únicamente al modo de producción capitalista y que, por tanto, sólo existen en donde éste ha penetrado. Así, aun en los debates actuales acerca de la protoindustrialización (véase, por ejemplo, Perlin 1982), el tema en cuestión no es si las mercancías están asociadas al capitalismo, sino si ciertas formas organizacionales y técnicas asociadas al capitalismo son únicamente de origen europeo. En general, las mercancías son vistas como representaciones materiales típicas del modo de producción capitalista, aunque sean clasificadas como insignificantes y su contexto capitalista como incipiente.

Con todo, está claro que esto sólo representa un acercamiento a una vertiente de la propia concepción de Marx acerca de la naturaleza de la mercancía. El tratamiento de ésta en las primeras cien páginas de *El capital* constituye una de las partes más difíciles, contradictorias y ambiguas de la obra de Marx. Parte de una definición extremadamente amplia de la mercancía: "La mercancía es, en primer lugar, un objeto exterior, una cosa que merced a sus propiedades satisface necesidades humanas del tipo que fueran" (p. 43). Luego, avanza dialécticamente, a través de una serie de definiciones más parsimoniosas, lo cual permite la elaboración gradual del enfoque básico marxiano en materia de valor de uso y valor de cambio, el problema de la equivalencia, la circulación y el intercambio de productos, y la importancia del dinero. El desarrollo de esta concepción de la relación entre la forma mercancía y la forma dinero hace posible que Marx establezca su famosa distinción entre los dos tipos de la circulación de mercancías (mercancía-dinero-mercancía y dinero-mercancía-dinero), donde ésta última representa la fórmula general del capital. A

lo largo de este movimiento analítico, las mercancías se vuelven intrincadamente ligadas al *dinero*, a un mercado impersonal y al valor de cambio. Aun en la forma simple de circulación (vinculada al valor de uso), las mercancías se relacionan mediante la capacidad de conmensurabilidad del dinero. Hoy día, en general, la vinculación de las mercancías a las formas sociales, financieras y de intercambio postindustriales se da por sentada, incluso por parte de aquellos que en otros aspectos no toman a Marx en serio.

Ahora bien, en los propios escritos de Marx, se halla la base para emprender un enfoque de las mercancías mucho más amplio y más útil en términos interculturales e históricos, cuyo espíritu se atenúa tan pronto como él se enreda en los detalles del análisis del capitalismo industrial del siglo XIX. De acuerdo con su formulación, a fin de producir no meros productos sino mercancías, el hombre debe producir valores de uso para otros, valores de uso sociales (Marx 1975: 50). Esta idea fue comentada por Engels en un paréntesis que introdujo en el texto de Marx: "Para transformarse en mercancía, el producto ha de transferirse a través del intercambio a quien se sirve de él como valor de uso" (Marx 1975: 50). Aunque Engels se contenta con esta aclaración, Marx procede a trazar una serie compleja (y ambigua) de distinciones entre los productos y las mercancías; pero, con fines antropológicos, el pasaje clave merece citarse en extenso:

> Bajo todas las condiciones sociales, el producto del trabajo es objeto para el uso, pero sólo una época de desarrollo históricamente determinada —aquélla que presenta el trabajo gastado en la producción de un objeto útil como atributo "objetivo" de éste último, o sea, como su valor— transforma el producto del trabajo en mercancía. Se desprende de esto que la forma simple de valor de la mercancía es a la vez la forma mercantil simple adoptada por el producto del trabajo y que, por tanto, el desarrollo de la forma de mercancía coincide también con el desarrollo de la forma de valor. (Marx 1975: 75-76.)

La dificultad de distinguir, en esta formulación, el aspecto lógico del aspecto histórico ha sido tratada por Anne Chapman (1980), cuyo análisis abordaré más adelante. En el pasaje citado de *El capital*, el cambio de producto a mercancía es examinado históricamente; pero la resolución es todavía muy esquemática, y no es fácil especificarla o probarla de un modo claro.

La cuestión es que Marx estaba aún atrapado por dos principios de la epistemología de mediados del siglo XIX: en primer lugar, sólo podía concebir la economía en relación con los problemas de la producción (Baudrillard 1980); en segundo, consideraba el movi-

miento hacia la producción de mercancías como evolutivo, unidireccional e histórico. Como resultado de ello, las mercancías existen o no existen, y son *productos* de un tipo particular. Cada una de estas presuposiciones requiere ser modificada.

A pesar de las limitaciones epistemológicas, en su famoso análisis del fetichismo de las mercancías, Marx advierte, como lo hace en otros pasajes de *El capital* que:

> ... la *forma de mercancía* es la más general y la menos evolucionada de la producción burguesa —a lo cual se debe que aparezca tempranamente, aun cuando no de la misma manera dominante y por tanto característica que adopta en nuestros días... (Marx 1975: 101).

A pesar de que rebasa los objetivos del presente ensayo el explorar las dificultades del pensamiento de Marx referido a las economías precapitalistas, no estatales y no monetarias, podemos señalar que Marx deja la puerta abierta a la existencia de mercancías, al menos en su forma primitiva, en muchos tipos de sociedad.

La estrategia de definición que propongo es centrarnos en la corrección que hace Engels de la amplia definición marxiana sobre la producción de valor de uso *para otros*, la cual coincide con el énfasis otorgado por Simmel al intercambio como fuente del valor económico. Empecemos con la idea de que una mercancía es *cualquier cosa destinada al intercambio*. Esto nos aparta de la preocupación exclusiva en torno al "producto", la "producción" y la intención original o predominante del productor, y nos permite consagrarnos a la dinámica del intercambio. Con fines comparativos, pues, la pregunta *no* sería "¿qué es una mercancía?", sino "¿qué tipo de intercambio es el intercambio mercantil?". Aquí, y como parte del esfuerzo por definir mejor a las mercancías, necesitamos abordar dos tipos de intercambio que suelen oponerse formalmente al intercambio mercantil. El primero es el trueque (a veces llamado intercambio directo); el segundo, el intercambio de obsequios. Comencemos con el trueque.

El trueque, como forma de intercambio, ha sido analizado recientemente por Chapman (1980) en un ensayo que, entre otras cosas, discrepa con el análisis de Marx sobre la relación entre intercambio directo e intercambio mercantil. Con base en la combinación de aspectos de algunas definiciones actuales del trueque (incluyendo la de Chapman), sostengo que el trueque es el intercambio de objetos que se efectúa *sin* una referencia al dinero y *con* la máxima reducción posible de costos de transacción sociales, culturales, políticos y personales. El criterio anterior distingue trueque de intercambio mer-

cantil en el estricto sentido marxista, y este último del intercambio de obsequios (independientemente de la forma en que se le defina).

Chapman está en lo correcto cuando afirma que, hasta donde la teoría del valor de Marx es tomada seriamente, su tratamiento del trueque plantea problemas teóricos y conceptuales insolubles (Chapman 1980:68-70), ya que Marx postula que el trueque asume la forma directamente intercambiable del producto (*x* valor de uso A = *y* valor de uso B), así como también la forma directamente intercambiable de la mercancía (*x* mercancía A = *y* mercancía B). Sin embargo, esta visión marxiana del trueque cualquiera que sean los problemas que plantee a la teoría marxista del origen del valor de cambio, tiene la virtud de acoplarse bien a la formulación más persuasiva de Chapman: a saber, que el trueque, ya sea como una forma predominante o subordinada de intercambio, existe en una variedad extremadamente amplia de sociedades. Chapman critica a Marx por introducir a la mercancía en el trueque, y pretende mantener mercancía y trueque bien separados, basándose en el planteamiento de que las mercancías son utilizadas como objetos monetarios (y, por tanto, como valor o cristalización de trabajo), y no sólo el dinero, en tanto unidad contable o medida de equivalencia. Para Chapman, el intercambio mercantil ocurre únicamente cuando un objeto monetario interviene en el intercambio. Debido a que el trueque excluye, en su modelo, tal intervención, el intercambio mercantil y el trueque son formal y completamente distintos, aunque puedan coexistir en ciertas sociedades (Chapman 1980: 67-68).

En mi opinión, Chapman adopta, en su crítica a Marx, una perspectiva excesivamente estrecha del papel desempeñado por el dinero en la circulación mercantil. A pesar de que Marx halló dificultades en su análisis de la relación entre trueque e intercambio mercantil, tuvo razón al destacar, como Polanyi, la existencia de una *comunidad de espíritu* entre trueque e intercambio mercantil capitalista, una comunidad vinculada (en esta perspectiva) a la naturaleza asocial, relativamente impersonal, centrada en el objeto, de ambos. En las diversas formas simples de trueque, advertimos un esfuerzo dirigido a intercambiar cosas sin, por una parte, las limitaciones de la sociabilidad y, por la otra, las complicaciones del dinero. En el mundo contemporáneo, el trueque va en aumento: se estima que alrededor de 12 mil millones de dólares en bienes y servicios se intercambian anualmente en los Estados Unidos. El trueque internacional (jarabe de Pepsico por vodka rusa; Coca-cola por palillos coreanos y elevadores de carga búlgaros, por citar algunos ejemplos) está convirtiéndose también en una compleja economía alternativa. En estas situaciones, el trueque

es una respuesta al creciente número de barreras impuestas al comercio y las finanzas internacionales, y desempeña un papel específico en la economía general. El trueque, como una forma de comercio, vincula pues el intercambio de mercancías a circunstancias sociales, tecnológicas e institucionales muy distintas. En consecuencia, el trueque puede verse como una forma especial de intercambio mercantil; una forma en la cual, por diversos motivos, el dinero no desempeña ningún papel o uno completamente indirecto (como mera unidad contable). Con base en esta definición de trueque, es difícil localizar alguna sociedad humana donde el intercambio mercantil sea completamente irrelevante. En apariencia, el trueque es la forma del intercambio mercantil en la que la circulación de cosas está más divorciada de las normas sociales, políticas y culturales. Con todo, dondequiera que se disponga de evidencias, la determinación de qué puede trocarse, dónde, cuándo y entre quiénes, así como qué conduce a la demanda de los bienes del "otro", es una cuestión social. Existe una arraigada tendencia a considerar esta regulación social como un asunto muy negativo, de modo que el trueque efectuado en sociedades a pequeña escala y en periodos tempranos suele verse como algo restringido al plano *intercomunitario* y no al plano *intracomunitario*. De acuerdo con este modelo, el trueque se halla en proporción inversa a la sociabilidad, y el comercio internacional, por extensión, es considerado como "predecesor" del comercio doméstico (Sahlins 1972). Sin embargo, existen sólidas razones empíricas y metodológicas para cuestionar esta perspectiva.

La noción de que el comercio en las economías no monetizadas y preindustriales es generalmente visto como antisocial desde el punto de vista de las comunidades vecinas y por tanto, como algo restringido a menudo a tratos con los forasteros, tiene su contraparte en la perspectiva de que el espíritu del obsequio y el de la mercancía son profundamente opuestos. Según este planteamiento, el intercambio de obsequios y el mercantil son fundamentalmente contrarios y mutuamente excluyentes. A pesar de que han habido algunos recientes y notables intentos por silenciar el exagerado contraste entre Marx y Mauss (Hart 1982; Tambiah 1984), prevalece la tendencia a concebir estas dos modalidades del intercambio como fundamentalmente opuestas, tendencia que se ha convertido en una importante característica del discurso antropológico (Dumont 1980; Hyde 1979; Gregory 1982; Sahlins 1972; Taussig 1980).

La exageración y reificación de la oposición entre obsequio y mercancía en los textos antropológicos tiene diversos orígenes. Entre ellos se halla la tendencia a romantizar las sociedades a pequeña

escala; a mezclar el valor de uso (en el sentido marxiano con la *gemeinschaft* (en el sentido de Toennie); a olvidar que las sociedades capitalistas funcionan también de acuerdo con propósitos culturales y a marginalizar y subestimar las características planificadoras, impersonales y autoexaltadoras de las sociedades no capitalistas. Estas tendencias, a su vez, son producto de una perspectiva simplificada de la oposición entre Mauss y Marx que, como ha sugerido Keith Hart (1982), pasa por alto aspectos importantes de las coincidencias entre ellos.

Los obsequios, y el espíritu de reciprocidad, sociabilidad y espontaneidad con el cual son típicamente intercambiados, suelen ser concebidos en rigurosa oposición al espíritu calculador, egoísta y orientado a la ganancia de la circulación mercantil. Además, mientras que los obsequios vinculan cosas a personas e introducen el flujo de las cosas en aquél de las relaciones sociales, las mercancías representan la transmisión —en gran medida libre de limitaciones morales o culturales— de bienes de uno a otro flujos, transmisión que es mediada por el dinero y no por la sociabilidad. Muchos de los ensayos incluidos en este volumen, así como mi propia argumentación, están dirigidos a mostrar que la anterior es una serie simplificada y exagerada de oposiciones. Por el momento, propondré un rasgo importante que es compartido por el intercambio de obsequios y la circulación de mercancías.

Mi punto de vista sobre el espíritu del intercambio de obsequios debe mucho a Bourdieu (1977), quien ha desarrollado un aspecto hasta la fecha subestimado del análisis de Mauss en torno al obsequio (Mauss 1976), el cual destaca ciertos paralelos estratégicos entre el intercambio de obsequios y las prácticas más ostensiblemente "económicas". La argumentación de Bourdieu, que enfatiza la dinámica temporal de obsequiar, incluye un examen inteligente del espíritu común que subyace tanto al intercambio de obsequios como a la circulación mercantil:

> Si es cierto que el lapso temporal interpuesto permite que el obsequio y el contraobsequio sean vistos y experimentados como un acto inaugural de generosidad, sin pasado ni futuro, es decir, sin *cálculo*, entonces queda claro que al reducir lo politético a lo monotético, el objetivismo destruye la especificidad de todas las prácticas que, como el intercambio de obsequios, tienden o pretenden poner en suspenso la ley del egoísmo. Un contrato racional condensaría en un instante una transacción que el intercambio de obsequios disfraza, al extenderla en el tiempo; por ello, el intercambio de obsequios es, si no el único modo practicado de circulación mercantil, al menos el único modo reconocido completamente en sociedades que, debi-

> do a que niegan "la verdadera suciedad de su vida", como señala Lukács, tienen una economía en sí y no para sí. (Bourdieu 1977: 171.)

Este tratamiento del intercambio de obsequios en tanto forma particular de la circulación mercantil surge de la crítica realizada por Bourdieu no sólo de las aproximaciones "objetivistas" de la acción social, sino también de cierto tipo de etnocentrismo, en sí mismo un producto histórico del capitalismo, que adopta una definición muy restringida del interés económico. [3] Bourdieu sostiene que "...la práctica nunca cesa de conformarse al cálculo económico, incluso en los casos en que muestre la apariencia de desinterés, al desviarse de la lógica del cálculo interesado (en el sentido estricto), y al pretender que no es material y difícilmente cuantificable" (*ibid*: 177).

Utilizo este argumento para coincidir, aunque desde un ángulo un poco distinto, con las propuestas de Tambiah (1984), Baudrillard (1969; 1980; 1989), Sahlins (1976) y Douglas e Isherwood (1981), todas las cuales representan esfuerzos para restaurar la dimensión cultural de las sociedades que muy a menudo son representadas simplemente como economías grandes por mandato, y para restaurar la dimensión de cálculo de las sociedades que con demasiada frecuencia son retratadas como solidariamente pequeñas por mandato. Parte de la dificultad implicada en el análisis intercultural de las mercancías reside en que, al igual que en otros aspectos de la vida social, la antropología es excesivamente dualista: "nosotros y ellos"; "materialista y religioso"; "objetivación de las personas" contra "personificación de las cosas"; "intercambio de mercado" contra "reciprocidad", y así sucesivamente. Estas oposiciones parodian ambos polos y reducen de modo artificial las diferencias humanas. Un síntoma de este problema ha sido la concepción excesivamente positivista de la mercancía, en tanto cierto *tipo* de cosa, que restringe el análisis a la decisión referida a *qué tipo* de cosa es. Sin embargo, al tratar de comprender el rasgo distintivo del intercambio mercantil, no tiene sentido diferenciarlo claramente ya sea del trueque o del intercambio de obsequios. Como sugiere Simmel (1978: 97-98), es importante advertir la dimensión de cálculo contenida en todas estas formas de intercambio, aunque varíen en la forma y la intensidad de sociabilidad asociada a ellas. Ahora, es menester caracterizar el intercambio mercantil desde la perspectiva de la comparación y el proceso.

Vamos a abordar las mercancías como cosas que se hallan en una situación determinada, la cual puede caracterizar muchos tipos distintos de cosas, en diferentes puntos de su vida social. Esto significa centrarse en el potencial mercantil de todas las cosas, en lugar de

buscar inútilmente la distinción mágica entre mercancías y otros tipos de cosas. Asimismo, representa romper con la perspectiva marxista de la mercancía, dominada por la producción, y retomar su trayectoria *total*, desde la producción hasta el consumo, pasando por el intercambio/distribución.

Con todo, ¿cómo podemos definir la situación mercantil? Propongo que *la situación mercantil en la vida social de cualquier "cosa" se defina como la situación en la cual su intercambiabilidad (pasada, presente o futura) por alguna otra cosa se convierta en su característica socialmente relevante*. Más aún, la situación mercantil, delimitada de este modo, puede dividirse en: a) la fase mercantil de la vida social de cualquier cosa; b) la candidatura mercantil de cualquier cosa, y c) el contexto mercantil donde puede colocarse cualquier cosa. Cada uno de estos aspectos de "mercantilización" necesita ser explicado.

La idea de fase mercantil en la vida social de una cosa es un modo conciso de capturar la idea central del importante ensayo de Igor Kopytoff incluido en este volumen, donde ciertas cosas son concebidas en el marco de un proceso de entrada *y* salida del estado mercantil. En la sección siguiente, añadiré otros comentarios sobre el enfoque biográfico de las cosas; pero, por el momento, quiero destacar que las cosas pueden entrar *y* salir del estado mercantil, y que tales movimientos pueden ser lentos o rápidos, reversibles o terminales, o normativos o desviados.[4] A pesar de que el aspecto biográfico de ciertas cosas (como los bienes heredados, las estampillas postales y las antigüedades) puede ser más notorio que el de otras (como las barras de acero, la sal y el azúcar), este componente nunca es completamente irrelevante.

La *candidatura* mercantil de las cosas es menos temporal que un rasgo conceptual, y se refiere a los estándares y criterios (simbólicos, clasificatorios y morales) que definen la intercambiabilidad de las cosas en un contexto social e histórico particular. A primera vista, esta característica podría interpretarse como el marco *cultural* dentro del cual se clasifican las cosas, lo cual constituye la preocupación central del ensayo de Kopytoff. Sin embargo, esta interpretación oculta una variedad de problemas. Es cierto que, en las sociedades más estables, sería posible descubrir una estructura taxonómica que defina el mundo de las cosas, agrupando algunas, discriminando otras, atribuyendo significados y valores a estos grupos, y suministrando la base de las reglas y prácticas que gobiernan su circulación. En el caso de la economía (es decir, del intercambio), la descripción de Paul Bohannan (1955) sobre las esferas del intercambio entre los

tiv representa un ejemplo evidente de este tipo de marco para el intercambio. Empero, hay dos tipos de situaciones donde los estándares y criterios que gobiernan el intercambio son tan tenues que parecen virtualmente ausentes. El primero es el caso de las transacciones efectuadas a través de las fronteras culturales, donde lo único que se acuerda es el precio (ya sea monetario o no) y donde no existe un conjunto mínimo de convenciones con respecto a la transacción misma.[5] El segundo es el caso de aquellos intercambios intraculturales donde, a pesar de la existencia de un vasto universo de entendimientos compartidos, el intercambio específico se basa en percepciones profundamente divergentes del valor de las cosas intercambiadas. El mejor ejemplo de tal divergencia intracultural en materia de valor se encuentra en las situaciones de extrema penuria (como el hambre o la guerra), donde la lógica de los intercambios tiene poco que ver con la conmensurabilidad de los sacrificios. De este modo, el hombre bengalí que entrega a su esposa a la prostitución a cambio de comida, o la mujer turkana que vende sus joyas personales para comprar alimentos, establecen transacciones que pueden ser vistas como legítimas en circunstancias extremas, pero que difícilmente pueden considerarse operativas de acuerdo con el rico marco de valores compartido por el vendedor y el comprador. Otra forma de caracterizar tales situaciones es sostener que, en tales contextos, el valor y el precio se han separado casi completamente.

Asimismo, como lo ha destacado Simmel, desde el punto de vista del individuo y su subjetividad, *todo* intercambio puede tener este tipo de discrepancia entre los sacrificios del comprador y los del vendedor, discrepancia que normalmente se pasa por alto debido al sinnúmero de convenciones acerca del intercambio que *son* observadas por ambas partes (Simmel 1978: 80). Podemos hablar entonces del marco cultural que define la candidatura mercantil de las cosas, pero debemos tener en mente que algunas situaciones de intercambio, tanto interculturales como intraculturales, se caracterizan por un conjunto más superficial de estándares compartidos de valor que otras. Por ello, prefiero usar el término *regímenes de valor*, que *no* implica que todo acto de intercambio mercantil presuponga una completa comunión cultural de presuposiciones, sino que el grado de coherencia del valor puede variar grandemente de situación en situación y de mercancía en mercancía. Un régimen de valor, en este sentido, es consistente tanto con la comunión muy alta como con la muy baja de estándares entre las partes respecto de un intercambio mercantil particular. Tales regímenes de valor dan cuenta de la constante

trascendencia de las fronteras culturales mediante el flujo de mercancías, donde la cultura es entendida como un sistema de significados limitado y localizado.

Finalmente, el *contexto* mercantil alude a la variedad de arenas sociales, dentro o entre unidades *culturales*, que ayudan a vincular la candidatura mercantil de la cosa a la fase mercantil de su carrera. Así, en muchas sociedades, las transacciones matrimoniales pueden constituir el contexto donde las mujeres sean vistas más intensa y apropiadamente como valores de cambio. Los tratos con extraños pueden suministrar contextos para la mercantilización de las cosas que, de otro modo, están protegidas en contra de la mercantilización. Las subastas acentúan la dimensión mercantil de los objetos (tales como las obras de arte), lo cual puede considerarse profundamente inapropiado en otros contextos. Quizá, los contextos de bazar promuevan los flujos mercantiles de una manera en que no podrían hacerlo los escenarios domésticos. La variedad de tales contextos, dentro y a través de las sociedades, proporciona el vínculo entre el ambiente social de la mercancía, y su estado temporal y simbólico. Como ya lo he sugerido, el contexto mercantil, en tanto asunto social, puede reunir actores de muy distintos sistemas culturales, quienes sólo comparten el más mínimo entendimiento (desde el punto de vista conceptual) acerca de los objetos en cuestión y *sólo* están de acuerdo en los términos del comercio. El fenómeno llamado comercio silencioso constituye el ejemplo más claro del acuerdo mínimo entre las dimensiones cultural y social del intercambio mercantil (Price 1980).

En consecuencia, la mercantilización descansa en la compleja intersección de factores temporales, culturales y sociales. En la medida en que algunas cosas se hallen con frecuencia en la fase mercantil, cumplan con los requisitos de la candidatura mercantil y aparezcan en un contexto mercantil, estas cosas son en esencia mercancías. Siempre que muchas o la mayoría de las cosas de una sociedad satisfagan en ocasiones esos criterios, puede decirse que dicha sociedad es altamente mercantil. En las sociedades capitalistas modernas, la mayor parte de las cosas suelen experimentar una fase mercantil en sus propias trayectorias, la mayor parte de los contextos se convierten en legítimos contextos mercantiles, y los estándares de la candidatura mercantil abarcan una porción más amplia del mundo de las cosas que en las sociedades no capitalistas. Así, aunque Marx estaba en lo correcto al considerar que el capitalismo industrial moderno implica el tipo de sociedad más intensamente mercantilizado, la comparación de las sociedades con base en su grado de "mercantilización" es un asunto más complejo, dado el enfoque operacional aquí adoptado.

Con fundamento en esta definición, el término "mercancía" se utiliza en lo que resta de este ensayo para referirse a cosas que, en cierta *fase* de su trayectoria y en un *contexto* particular, cubren los requisitos de la candidatura mercantil. El reciente análisis de Keith Hart (1982) sobre la importancia de la creciente hegemonía de la mercancía en el plano mundial, coincide con nuestra aproximación, aunque para nosotros la mercantilización constituye un proceso diferente (que afecta de un modo distinto los aspectos de fase, contexto y categorización) y el modo capitalista de mercantilización interactúa con un sinnúmero de formas sociales indígenas de mercantilización.

Vale la pena mencionar tres conjuntos adicionales de distinciones entre las mercancías (otras diferenciaciones serán examinadas más adelante). El primero, que es una aplicación modificada de la distinción original planteada por Jacques Maquet (1971) a propósito de las producciones estéticas,[6] divide a las mercancías en los cuatro tipos siguientes: (a) mercancías por *destino*, es decir, objetos dirigidos por sus productores principalmente al intercambio; (b) mercancías por *metamorfosis*, cosas destinadas a otros usos que son colocadas en el estado mercantil; (c) un caso especial de las mercancías por metamorfosis son las mercancías por *desviación*, objetos colocados en el estado mercantil, aunque original y específicamente protegidos contra él, y (d) *ex mercancías*, cosas retiradas, ya sea temporal o permanentemente, del estado mercantil y situadas en algún otro estado. Asimismo, resulta útil distinguir las mercancías "homogéneas" de las "singulares", con objeto de separar las mercancías cuya candidatura para el estado mercantil dependa precisamente de sus características de clase (una barra de acero perfectamente estandarizada, indistinguible en términos prácticos de cualquier otra barra de acero), de aquéllas cuya candidatura esté en función de su singularidad *dentro* de una clase determinada (un Manet en vez de un Picasso; cierto Manet en lugar de otro Manet). Muy cercana, aunque no idéntica, es la distinción entre las mercancías primarias y las secundarias; entre las necesarias y las suntuarias, y entre lo que yo llamo mercancías móviles y las estáticas. No obstante, todos los esfuerzos dirigidos a definir las mercancías están condenados a la esterilidad, a menos de que iluminen las mercancías en movimiento. Este es el principal objetivo de la sección siguiente.

RUTAS Y DESVIACIONES

Las mercancías suelen ser representadas como productos mecánicos de los regímenes de producción gobernados por las leyes de la oferta

y la demanda. Mediante el uso de ciertos ejemplos etnográficos, espero mostrar en esta sección que el flujo de las mercancías en una situación dada es un arreglo que se desplaza entre rutas socialmente reguladas y desviaciones competitivamente inspiradas.

Las mercancías, tal cual lo destaca Igor Kopytoff, pueden concebirse provechosamente como si tuvieran historias vitales. En este enfoque de proceso, la fase mercantil en la historia vital de un objeto no agota su biografía; está culturalmente regulada, y su interpretación queda abierta en cierto grado a la manipulación individual. Más aún, como Kopytoff también lo enfatiza, la pregunta de qué tipos de objetos pueden tener qué clases de biografías es más una cuestión de competencia social y gusto individual en las sociedades modernas, que en aquéllas de pequeña escala, no monetizadas y preindustriales. Existe, en el modelo de Kopytoff, un perpetuo y universal estira-y-afloja entre la tendencia de toda economía a expandir la jurisdicción de la mercantilización y la tendencia de toda cultura a restringirla. En esta perspectiva los individuos, pueden elegir la tendencia que convenga a sus intereses o la que se ajuste a su sentido de idoneidad moral, aunque en las sociedades premodernas el espacio de maniobra no es a menudo amplio. De entre las muchas virtudes del modelo de Kopytoff, la más importante, en mi opinión, es la que propone un modelo general de proceso de la mercantilización, donde los objetos entran y salen del estado mercantil. Me siento menos a gusto con la oposición entre singularización y mercantilización, ya que algunos de los casos más interesantes (respecto de los cuales Kopytoff admite que se hallan en una zona intermedia de su contraste típico-ideal) involucran la más o menos permanente mercantilización de las singularidades.

Dos asuntos pueden plantearse en relación con este aspecto de la argumentación de Kopytoff. Uno sería que la definición misma de lo que constituye las singularidades, en tanto opuestas a las clases, es una cuestión cultural, del mismo modo en que pueden existir ejemplos únicos de las clases homogéneas (la barra de acero perfecta) y clases de singularidades culturalmente valuadas (como las obras de arte y las creaciones de diseñadores de alta costura). Por una parte, la crítica marxista de esta oposición sugeriría que es la mercantilización, como proceso histórico mundial, la que determina de muchas maneras importantes la cambiante relación entre las cosas singulares y homogéneas en cualquier momento dado de la vida de una sociedad. Sin embargo, el aspecto significativo reside en que la mercancía no es un tipo de cosa en vez de otro, sino una fase en la vida de algunas cosas. Aquí, Kopytoff y yo estamos completamente de acuerdo.

Este enfoque de las mercancías y la mercantilización tiene varias implicaciones importantes, algunas de las cuales son abordadas en la argumentación de Kopytoff. Otras se analizan posteriormente en este ensayo. Con todo, mi preocupación inmediata tiene que ver con un aspecto relevante de esta perspectiva temporal sobre la mercantilización de las cosas, el cual alude a lo que he denominado rutas y desviaciones. Debo ambos términos, así como cierto grado de mi comprensión sobre la relación entre ellos, a la aportación de Nancy Munn (1983), publicada en una importante colección de ensayos referidos a un fenómeno de gran significación para el tema abordado en el presente libro, a saber, el célebre sistema kula del Pacífico occidental (Leach y Leach 1983).

La kula es el ejemplo mejor documentado de un sistema de intercambio no occidental, preindustrial, no monetizado y translocal; además, con base en la publicación de esta reciente colección de ensayos, se convierte en el ejemplo más profunda y fructíferamente analizado. En apariencia, la ya clásica descripción de Malinowski de este sistema (Malinowski 1973) resulta parcial y problemática, aunque sentó las bases para efectuar análisis en la materia más sofisticados. Las implicaciones de la reconsideración contemporánea del fenómeno kula, en lo que respecta a las preocupaciones generales de este volumen, son varias. Aunque los ensayos incluidos en el presente libro reflejan distintas perspectivas, tanto etnográficas como teóricas, permiten formular ciertas observaciones generales.

La kula es un sistema regional extremadamente complejo de circulación de tipos particulares de objetos valiosos, comúnmente establecido entre los habitantes acaudalados del grupo insular Massim, perteneciente al estado de Papúa, Nueva Guinea. Los principales objetos intercambiados son de dos tipos: collares decorados (que circulan en una dirección) y brazaletes de conchas (que circulan en la dirección contraria). Estos objetos valiosos adquieren biografías muy específicas al moverse de lugar en lugar y de mano en mano; del mismo modo, los hombres que los intercambian ganan o pierden prestigio al adquirir, retener o desprenderse de estos objetos. El término *keda* (cuyo significado es camino, ruta, sendero o curso) se usa en algunas comunidades Massim para describir el viaje experimentado por los objetos valiosos de isla en isla. Sin embargo, *keda* también tiene un conjunto más difuso de significados, que se refieren a los lazos más o menos estables, desde el punto de vista social, político y de la reciprocidad, sostenidos entre los hombres que integran esos caminos. De un modo más abstracto, *keda* alude a la ruta (creada a través del intercambio de los objetos valiosos) hacia la

riqueza, el poder y el prestigio de los hombres que poseen tales objetos (Campbell 1983a: 203-204).

En consecuencia, *keda* es un concepto polisémico que reúne la circulación de objetos, la producción de recuerdos y prestigios, y la persecución de la distinción social por medio de estrategias de asociación. Los delicados y complejos vínculos entre los hombres y las cosas, que son centrales en la política del *keda*, son descritos en el extracto siguiente, que versa sobre la isla de Vakuta:

> El keda exitoso está compuesto de hombres que son capaces de mantener asociaciones relativamente estables (mediante habilidades oratorias y manipuladoras), y de trabajar en equipo (por medio de la interpretación de los movimientos mutuos). No obstante, muchos kedas desaparecen, y suele volverse necesaria la reagrupación. En ocasiones, se forman kedas completamente diferentes; en otras, los ex miembros se asocian con nuevos individuos; en otras más, los sujetos ya no pueden establecer la kula, debido a su incapacidad para constituir un nuevo keda, incapacidad basada en su reputación de haber realizado una "mala" kula. En realidad, la población de conchas valiosas en cualquier keda es migratoria, y la composición social del keda, transitoria. La acumulación de historia en torno a las conchas valiosas experimenta retrasos, a causa del continuo movimiento interkeda: los reclamos de inmortalidad de los hombres se desvanecen al perderse el intercambio de conchas, como resultado de la atracción ejercida en algunos de ellos por otros kedas, y los objetos valiosos adoptan entonces la identidad de sus nuevos propietarios. (Campbell 1983:218-219.)

La ruta seguida por estos objetos valiosos es tanto un reflejo como un elemento constitutivo de las asociaciones sociales y de las luchas por la preeminencia. Empero, son dignas de mención algunas otras cosas referidas a la circulación de los objetos valiosos. La primera es que su intercambio no se clasifica fácilmente como intercambio recíproco simple, ajeno al espíritu del negocio y el comercio. Aunque las valuaciones monetarias están ausentes, tanto la naturaleza de los objetos como una variedad de fuentes de flexibilidad del sistema posibilitan el tipo de intercambio calculado que, en mi opinión, se halla en el centro del intercambio mercantil. Estos complejos modos no monetarios de valuación permiten que los socios negocien lo que Firth denomina (de acuerdo con Cassady, 1974) "intercambio por acuerdo privado", donde se llega a algo similar al precio, con base en cierto proceso negociado y no en las fuerzas impersonales de la oferta y la demanda (Firth 1983: 91). Así, a pesar de la presencia de tasas convencionales de intercambio, existe un complejo cálculo cualitativo (Campbell 1983: 245-246), el cual permite la negociación competitiva de estimaciones personales de valor guiada por los intereses

individuales de corto y largo plazo (Firth 1983: 101). Lo que Firth llama "ingeniería de las obligaciones" es una variedad del tipo de intercambio calculado que, según mi definición, borra la línea divisoria entre intercambio mercantil y otras variedades más sentimentales. La diferencia más importante entre el intercambio de estas mercancías y el intercambio mercantil de las modernas economías industriales reside en que el acrecentamiento perseguido por los sistemas del tipo de la kula es un incremento de prestigio, nombre o fama, donde la forma básica del capital para la generación de este beneficio se halla en la gente y no en otros factores de la producción (Strathern 1983: 80; Damon 1983: 339-340). La carencia de precio es un lujo que pocas mercancías pueden permitirse.

Quizá aún más importante que el aspecto de cálculo contenido en el intercambio kula sea el hecho de que los estudios recientes en la materia hacen muy difícil concebir el intercambio de objetos valiosos como un sistema restringido a las fronteras entre las comunidades, según lo cual los intercambios de obsequios ocurrirían dentro de esas comunidades (Damon 1983: 339). El concepto de *kitoum* suministra el vínculo conceptual y técnico entre las grandes rutas recorridas por estos objetos valiosos y los intercambios más íntimos, regulares y problemáticos efectuados en el interior de la isla (Weiner 1983; Damon 1983; Campbell 1983; Munn 1983). Aunque el término *kitoum* es complejo y en ciertos aspectos ambiguo, queda claro que representa la articulación entre la kula y otras modalidades de intercambio en donde hombres y mujeres negocian dentro de sus propias comunidades. Los *kitoums* son objetos valiosos que se pueden colocar en la kula o retirar legítimamente de ella, a fin de efectuar "conversiones" (en el sentido de Paul Bohannan) entre niveles dispares de "transmisión" (Bohannan 1955). En el uso del *kitoum* advertimos los vínculos conceptuales e instrumentales básicos entre las rutas cortas y largas que integran el mundo total del intercambio verificado en Massim. Como lo ha mostrado Annette Weiner, es un error aislar el amplio sistema de intercambio interinsular, de las transferencias locales, de objetos, más íntimas pero más asfixiantes, que tienen lugar a causa de deudas, muertes y afinidades (Weiner 1983: 164-165).

El sistema kula otorga cierto grado de dinamismo y de proceso a las ideas de Mauss sobre la fusión o el intercambio de cualidades entre los hombres y las cosas. Así, Munn (1983: 283) señala, en relación con el intercambio kula en Gawa, lo siguiente: "Aunque los hombres parecen ser los agentes que definen el valor de las conchas, en realidad, sin las conchas, los hombres no podrían definir su propio

valor; en este sentido, las conchas y los hombres son mutuamente agentes de la definición del valor del otro". Pero, como también Munn lo ha destacado, en la construcción recíproca del valor, no sólo las rutas desempeñan un papel importante, sino también las desviaciones. La relación entre las rutas y las desviaciones es fundamental en la política del valor del sistema kula, y la orquestación apropiada de tal relación se halla en el núcleo estratégico del sistema:

> En realidad, la desviación está implícita en el sistema de rutas, ya que es uno de los medios para crear nuevos caminos. La existencia de más de una ruta indica también la probabilidad de futuras desviaciones de un camino establecido a otro, en la medida en que los hombres queden subordinados a los intereses y las persuasiones de más de un conjunto de socios... De hecho, en la kula, los hombres acaudalados deben desarrollar cierta capacidad para equilibrar las operaciones: las desviaciones de una ruta a otra tienen que ser sustituidas más tarde, con objeto de aplacar a los socios tramposos y evitar que el camino desaparezca, o de prevenir que ellos mismos sean expulsados de la ruta. (Munn 1983: 301.)

Los intercambios a gran escala representan esfuerzos psicológicos para trascender los flujos de cosas más modestos; pero, en el marco de la política del prestigio, las ganancias en las arenas grandes tienen implicaciones en las más pequeñas, y la idea del *kitoum* asegura que tanto las transmisiones como las conversiones sean cuidadosamente administradas para obtener los mayores beneficios posibles en el conjunto de arenas (Damon 1983: 317-323). La kula puede ser vista como el paradigma de lo que propongo denominar *contiendas de valor*.[7]

Las contiendas de valor son complejos acontecimientos periódicos que se apartan, de un modo culturalmente bien definido, de las rutinas de la vida económica. La participación en dichas contiendas suele ser tanto un privilegio para aquellos que detentan el poder como un instrumento de competencia de estatus entre ellos. Asimismo, la generalización de las contiendas tiende a separarse o diferenciarse mediante puntos diacríticos culturales bien entendidos. Por último, lo que está en disputa en tales contiendas no sólo es el estatus, el rango, la fama o el prestigio de los actores, sino también la disposición de los símbolos fundamentales del valor en la sociedad en cuestión.[8] A pesar de que las contiendas de valor ocurren en lugares y tiempos particulares, sus formas y resultados siempre son importantes para las realidades más mundanas del poder y el valor en la vida cotidiana. Al igual que en el caso de la kula, en las contiendas de valor las habilidades estratégicas se miden culturalmente a través del éxito

con el cual los actores intentan desviarse o de subvertir las rutas convencionalizadas del flujo de cosas.

La idea de contiendas de valor constituye un esfuerzo por crear una categoría general, de acuerdo con una reciente observación de Edmund Leach (1983: 535), quien compara el sistema kula con el mundo moderno del arte en Occidente. El análisis de Baudrillard sobre las subastas de obras de arte verificadas actualmente en el mundo occidental nos permite ampliar y refinar esta analogía. Baudrillard advierte que la subasta de arte, en sus aspectos lúdicos, rituales y recíprocos, permanece separada del carácter distintivo del intercambio económico convencional: "va mucho más allá del cálculo económico e interesa a todos los procesos de transmutación de los valores... de una lógica a otra lógica del valor... localizables en lugares e instituciones determinados" (Baudrillard 1989: 136). El análisis de Baudrillard sobre el carácter de la subasta de obras de arte merece citarse en extenso, puesto que representa una caracterización apropiada de otros ejemplos de contiendas de valor:

> Opuestamente a la operación comercial, que instituye una relación de *competencia* económica entre particulares sobre un pie de *igualdad* formal, en la que cada cual lleva su cálculo de apropiación individual, la puja, como la fiesta o el juego, instituye un espacio-tiempo concreto y una *comunidad* concreta de intercambio entre *iguales*. Cualquiera que sea el vencedor del reto, la función esencial de la puja es la institución de una comunidad de privilegiados que se definen como tales por la especulación agonística en torno de un corpus restringido de signos. La competición de tipo aristocrático sella su *paridad* (que no tiene nada que ver con la igualdad formal de la competencia económica), y por lo tanto su privilegio colectivo de *casta* por relación a todos los demás, de los cuales los separa no ya su poder de compra, sino el acto colectivo y suntuario de producción y de intercambio de valores/signo. (1989: 129.)

Al hacer un análisis comparativo de tales contiendas de valor, quizá no sea recomendable seguir la tendencia de Baudrillard a aislarlas analíticamente del intercambio económico mundano, aunque es probable que la articulación de tales arenas de valor con otras arenas económicas resulte muy variable. Más adelante, durante el análisis de la relación entre conocimiento y mercancías, formularé otros comentarios acerca de las contiendas de valor.

En todo caso, la kula representa un sistema altamente complejo de intercalibración de las biografías de las personas y las cosas. Nos muestra la dificultad de separar el intercambio de obsequios y el mercantil incluso en los sistemas preindustriales y no monetarios, y

nos recuerda los peligros implícitos en el acto de correlacionar muy rígidamente las zonas de intimidad social con las distintas formas del intercambio. Sin embargo, quizá de mayor importancia resulta el intrincado ejemplo de la política de las contiendas de valor, donde los actores manipulan las definiciones culturales de ruta y potencial estratégico de desviación.

Con todo, las desviaciones no sólo aparecen como partes de estrategias individuales dentro de las situaciones competitivas, sino que también pueden institucionalizarse de varios modos, los cuales extraen o protegen a los objetos contra los contextos mercantiles socialmente relevantes. Los monopolios de la realeza son quizá los ejemplos más conocidos de tales "mercancías de enclave", como lo señala Kopytoff en el capítulo II de este libro. Uno de los estudios más interesantes y extensos sobre este tipo de restricción monopólica del flujo mercantil es el de Max Gluckman (1983), ubicado en el contexto de la propiedad real de Lozi, en Rodesia del Norte. Al examinar las categorías de "obsequio", "tributo" y "cosas reales", Gluckman muestra cómo incluso en un reino de bajo excedente agrícola, el flujo mercantil tuvo implicaciones muy diversas e importantes. En su análisis de las "cosas reales", queda claro que la función principal de esos monopolios de la realeza era mantener la exclusividad suntuaria (como en el caso de monopolio real de los cepillos de antílope), la ventaja comercial (como en el caso de los colmillos de elefante) y la ostentación de rango. Tales restricciones reales de las cosas con respecto a esferas más promiscuas del intercambio forman parte del modo en que, en las jefaturas y reinos premodernos, la realeza puede asegurar las bases materiales de la exclusividad suntuaria. Este tipo de proceso puede denominarse "desmercantilización desde arriba". No obstante, el caso más complejo concierne a zonas enteras de actividad y producción que se dedican a producir objetos de valor que no pueden ser mercantilizados por nadie. En sociedades de pequeña escala, la esfera del arte y el rito, constituye una de tales zonas de enclave, donde el espíritu de la mercancía sólo interviene en condiciones de cambio cultural masivo. Para un análisis extenso de este fenómeno, contamos con el ensayo de William Davenport, referido a la producción de objetos destinados al uso ritual en las islas Salomón orientales.

Los fenómenos examinados en el ensayo de Davenport iluminan los aspectos mercantiles de la vida social, precisamente porque ilustran un tipo de marco moral y cosmológico dentro del cual la mercantilización es restringida. En las prácticas funerarias de esta región, particularmente en los *murina* a gran escala, se invierten gran energía y gastos en la fabricación de objetos que desempeñan un papel central

en el rito, pero que son escrupulosamente colocados en la categoría de mercancías "terminales" (Kopytoff, capítulo II), a saber, objetos que, debido al contexto, propósito y significado de su producción, efectúan sólo *un* viaje desde la producción hasta el consumo. Después de ello, aunque en ocasiones se utilicen fortuitamente en asuntos domésticos, nunca reingresan al estado mercantil. Lo que los desmercantiliza es una percepción compleja del valor (en donde se fusiona lo estético, lo ritual y lo social), y una biografía ritual específica. Podemos parafrasear las observaciones de Davenport y destacar que lo que ocurre en el núcleo de un conjunto muy complejo y calculado de inversiones, pagos y créditos, es un tipo especial de transvaluación, donde los objetos son colocados más allá de la zona de mercantilización culturalmente delimitada. Esta clase de transvaluación puede adquirir distintas formas en diferentes sociedades; pero es típico que a los objetos que representan una elaboración estética y a los objetos de uso sacro no se les permita, en muchas sociedades, ocupar el estado mercantil durante largo tiempo. En el rígido compromiso de los isleños de Salomón de situar sus productos rituales más estetizados fuera del alcance de la mercantilización, podemos advertir una variación de la tendencia generalizada.

Un ejemplo un tanto diferente de la tensión entre el intercambio de objetos sacros y el mercantil, se halla en el análisis que Patrick Geary presenta sobre el comercio de reliquias en Europa, durante la Alta Edad Media. Las reliquias descritas son, por supuesto, "encontradas" y no "hechas", y su circulación refleja un aspecto muy importante de la construcción de la identidad comunitaria, el prestigio local y el control eclesiástico en la Europa latina del periodo temprano medieval.

Estas reliquias pertenecen a una economía particular de intercambio y demanda donde la historia vital de cada reliquia es esencial (no accidental) para determinar su valor. Asimismo, la verificación de dicha historia es de gran importancia para establecer su valor. Con base en el enfoque general de la diferencia entre obsequio y mercancía que ha adoptado en este ensayo, me parece que Geary traza un contraste demasiado marcado entre ambos; de hecho, su propio material muestra que el obsequio, el robo y el comercio eran modos de movimiento de los objetos sacros, en el amplio contexto del control eclesiástico, la competencia local y la rivalidad comunal. Desde esta perspectiva, las reliquias medievales estuvieron en apariencia menos protegidas contra los peligros de la mercantilización que los objetos rituales de Davenport. Con todo, la implicación sigue siendo que los modos comerciales para la adquisición de reliquias eran menos deseables que aquellos del

obsequio *o* el robo, debido no tanto a una antipatía moral directa respecto del comercio de reliquias, sino a que los otros dos modos eran más emblemáticos del valor y la eficacia de los objetos.

Así, las reliquias también pueden clasificarse como objetos cuya fase mercantil es idealmente breve, cuyo movimiento es restringido, y a los que aparentemente no se les fija un "precio" del mismo modo en que se procede con las demás cosas. Con todo, la fuerza de la demanda es tal que circulan a gran velocidad y de una manera muy similar a sus contrapartes mundanas. En consecuencia, aun en el caso de los objetos "transvaluados", que adoptan las características de las mercancías de enclave y no de las móviles, existe una considerable variación en la motivación y la naturaleza de su enclave. Los "objetos reales" de Gluckman, las reliquias de Geary y los objetos rituales de Davenport son distintos tipos de mercancías de enclave, objetos cuyo potencial mercantil está cuidadosamente limitado. Cabe mencionar también que un modo institucional muy importante de restricción de la zona misma del intercambio mercantil es el "puerto de comercio" asociado a muchos reinos premodernos (Geertz 1980), aunque tales limitaciones impuestas al comercio por la política premoderna pudieron haber sido menos extensas de lo que se ha imaginado en ocasiones (Curtin 1984: 58). Las razones de dicha restricción son muy variables; pero, en cada caso, las bases morales de la limitación tienen claras implicaciones en la estructuración y facilitación de los intercambios políticos, sociales y comerciales de tipo más mundano. Dichas mercancías de enclave se parecen a otra clase de cosas, frecuentemente analizadas en la bibliografía antropológica como "objetos primitivos valiosos", cuya particularidad está directamente vinculada al intercambio mercantil.

Aunque las mercancías, en virtud de su destino de intercambiabilidad y su mutua conmensurabilidad, tienden a disolver los lazos entre las personas y las cosas, dicha tendencia siempre está balanceada por la contratendencia, existente en toda sociedad, a restringir, controlar y canalizar el intercambio. En muchas economías primitivas, los objetos valiosos exhiben estas cualidades socialmente restringidas. Debemos a Mary Douglas (1967) la idea de que muchos de tales objetos se parecen a los cupones y licencias de las economías industriales modernas. Es decir, aunque parezcan dinero, no son el medio generalizado de cambio sino que tienen las características siguientes: a) los poderes de adquisición que representan son muy específicos; b) su distribución es controlada de diversas maneras; c) las condiciones que rigen su emisión crean un conjunto de relaciones patrón-cliente; d) su función principal es proporcionar la condición

necesaria para acceder a posiciones de alto estatus, para mantener el rango o para combinar acometidas al estatus, y e) los sistemas sociales donde funcionan dichos cupones y licencias están adaptadas para la eliminación o reducción de la competencia, con objeto de mantener un patrón fijo de estatus (Douglas 1967: 69). La ropa de rafia en África central, las cuentas cilíndricas de concha utilizadas por los indios del este de los Estados Unidos, las conchas usadas como dinero entre los yurok, y las conchas empleadas como moneda en la isla Rossell y otras partes de Oceanía, son ejemplos de tales "cupones mercantiles" (de acuerdo con la terminología de Douglas); cuyo flujo restringido está al servicio de la reproducción de los sistemas sociales y políticos. Las cosas, en tales contextos, permanecen como mecanismos para la reproducción de las relaciones interpersonales (véase también Dumont 1980: 231). Dichos cupones mercantiles representan un punto intermedio de transformación entre los obsequios "puros" y el comercio "puro". Comparten con el obsequio cierta insensibilidad con respecto a la oferta y la demanda, una alta codificación en términos de etiqueta e idoneidad, y una tendencia a seguir las rutas socialmente establecidas. Con el trueque, su intercambio comparte el espíritu de cálculo, una franqueza en relación con el interés personal, y una preferencia por las transacciones con ciertos extraños.

En estos sistemas restringidos de flujo mercantil, donde los objetos valiosos desempeñan el papel de cupones destinados a proteger los sistemas de estatus, hallamos el equivalente funcional pero la inversión técnica de "la moda" en las sociedades más complejas. Mientras que, en el primer caso, los sistemas de estatus están protegidos y son reproducidos mediante la restricción de las equivalencias y el intercambio dentro de un universo *estable* de mercancías, lo que se limita y controla en el sistema de la moda es el *gusto*, dentro de un universo *siempre cambiante* de mercancías, que crea la ilusión de la intercambiabilidad completa y del acceso irrestricto. Las leyes suntuarias constituyen un mecanismo intermedio de regulación del consumo, digno de las sociedades consagradas a la ostentación de estatus estables que desacreditan a los contextos mercantiles, tales como India, China y Europa, durante el periodo premoderno. (Estas comparaciones serán precisadas en un punto posterior de este ensayo.)[9]

Tales formas de restricción y las mercancías de enclave por ellas creadas suministran en ocasiones el contexto y los objetivos de las estrategias de desviación. Es decir, la desviación a veces involucra el traslado calculado e "interesado" de cosas desde una zona de enclave hasta otra, donde el intercambio sea menos limitado y más redituable,

a corto plazo. Mientras que el enclave suele ser de interés para los grupos, en particular para los grupos políticos y económicos poderosos de una sociedad, la desviación es a menudo el recurso del empresario individual. Empero, ya sea que se trate de grupos o individuos involucrados en cualquier tipo de actividad, la oposición fundamental reside en que el enclave busca proteger ciertas cosas en contra de la mercantilización, mientras que la desviación aspira con frecuencia a arrastrar las cosas protegidas a la zona de mercantilización. Sin embargo, las desviaciones también pueden adoptar la forma de cambios estratégicos de ruta dentro de una zona de mercantilización.

En un estudio extremadamente interesante del comercio británico realizado en Hawai, a fines del siglo XVIII y principios del XIX, Marshall Sahlins muestra cómo los jefes hawaianos, al extender las concepciones tradicionales del *tabú* para cubrir nuevas clases de bienes comerciales (en concordancia con sus propios intereses cosmopolitas), tuvieron éxito en la transformación de la "finalidad divina", incluso de los tabúes económicos, en instrumentos de utilidad momentánea (Sahlins 1981: 44-45). Así, lo que Sahlins denomina "la pragmática del comercio"erosiona y transforma los límites culturales dentro de los cuales se le concibió inicialmente. En síntesis, la política del enclave, lejos de ser una garantía de la estabilidad sistemática, puede constituir el caballo de Troya del cambio.

La desviación de las mercancías de sus rutas específicas siempre es un signo de creatividad o crisis, ya sea estética o económica. Estas crisis pueden adoptar distintas formas: la penuria económica, en todos los tipos de sociedades, lleva a las familias a desprenderse de bienes heredados, antigüedades y recuerdos, para mercantilizarlos. Esto es válido tanto para los objetos valiosos de la kula como para los objetos valiosos más modernos. La otra forma de crisis en que las mercancías se desvían de sus propias rutas es, por supuesto, la guerra y el saqueo que históricamente la ha acompañado. En este saqueo y el despojo así generado, vemos el caso opuesto al comercio. En la guerra, la transferencia de mercancías siempre tiene una intensidad simbólica especial, ejemplificada en la tendencia a enmarcar la exploración más mundana en el traspaso de armas, insignias o partes de los cuerpos pertenecientes al enemigo. En el saqueo prestigioso que delimita el pillaje más mundano, advertimos la analogía hostil de la superposición dual de circuitos de intercambio mundanos y más personalizados en otros contextos (como los de la kula y el gimwali en Melanesia). El robo, condenado en la mayoría de las sociedades humanas, es la forma más modesta de desviación de mercancías de sus rutas preestablecidas.

Empero, existen ejemplos más sutiles de desviación de las mercancías de sus rutas acostumbradas. Toda un área involucra lo que ha sido llamado arte turístico, donde los objetos producidos por comunidades pequeñas con fines estéticos, ceremoniales o suntuarios, son transformados cultural, económica y socialmente por los gustos, los mercados y las ideologías de economías más grandes (Graburn 1976). Agregaré otras observaciones sobre el arte turístico en la sección de este ensayo referida al conocimiento y las mercancías. Otra área relacionada es aquélla de la historia y la naturaleza de las colecciones artísticas y arqueológicas del mundo occidental, cuya formación representa mezclas extremadamente complejas de saqueo, venta y herencia, combinadas con el gusto occidental por las cosas del pasado y de los otros.[10] En este tráfico de artefactos, podemos encontrar hoy la mayoría de los aspectos culturales básicos del flujo internacional de mercancías "auténticas" (véase Spooner, capítulo VII) y "singulares" (véase Kopytoff, capítulo II). Las controversias actuales entre los museos ingleses y estadunidenses y los gobiernos de varios países plantean todas las sutilezas morales y políticas que están en juego cuando las cosas son desviadas de sus rutas mínimas y convencionales, siendo transferidas mediante tal diversidad de modos que se vuelve muy difícil juzgar su historia de reclamos y contrarreclamos.

La desviación de las mercancías de sus rutas acostumbradas conlleva siempre un aura riesgosa y moralmente ambigua. Cada vez que lo que Bohannan (1955) llama transmisiones cede ante lo que denominó conversiones, el espíritu de empresa y el de corrupción moral entran simultáneamente en escena. En el caso de los intercambios kula de Melanesia, el movimiento de las mercancías a través de las esferas, aunque un tanto fuera de orden, está también en el centro de la estrategia del hábil y exitoso participante kula. Las conversiones inapropiadas de una esfera de intercambio a otra son fortalecidas con frecuencia por el recurso de la excusa de crisis económica, sea el hambre o la bancarrota. Si tales excusas no son asequibles o creíbles, es probable que aparezcan acusaciones referidas a motivos inapropiados o venales. Ejemplos excelentes de las implicaciones políticas de la desviación pueden encontrarse en el campo de los intercambios mercantiles ilegales o cuasi legales, un caso que se analiza a continuación.

El interesante ensayo de Lee Cassanelli incluido en este volumen examina el cambio, verificado durante los últimos cincuenta años en el noreste de África, de la economía política de la mercancía cuasi legal llamada *qat* (*catha edulis*). El *qat* proporciona un excelente ejemplo del cambio experimentado por lo que puede llamarse ecu-

mene mercantil,[11] es decir, una red transcultural de relaciones que vincula a productores, distribuidores y consumidores de una mercancía particular o de un grupo de mercancías. Lo que resulta especialmente interesante de este caso es la dramática expansión de la escala del consumo (y de la producción) del *qat*, la cual está claramente vinculada a cambios en la infraestructura técnica y en la economía política de la región. Aunque la expansión de la producción parece consistente con las condiciones requeridas por patrones más universales de comercialización de la agricultura, destaca la expansión de la demanda y la respuesta estatal —especialmente en Somalia— ante la explosión tanto de la producción como del consumo del *qat*.

La reciente prohibición (1983) impuesta por el gobierno somalí contra la plantación, importación y mascadura del *qat* representa claramente la decisión más novedosa de una larga tradición de ambivalencia estatal ante una mercancía cuyo consumo se percibe como vinculado a formas de sociabilidad improductivas y potencialmente subversivas. En el caso de la actual prohibición somalí, parece que el *qat* (como la ropa en la retórica de Ghandi) es considerado un problema de muchos niveles, que desafía no sólo el control estatal de la economía, sino también la autoridad estatal sobre la organización social del tiempo libre de los nuevos ricos y los ciudadanos en ascenso de la población urbana de Somalia. Con base en este ejemplo, podemos recordar que cuando los cambios rápidos en la esfera del consumo no son inspirados y regulados por los detentadores del poder, parecen amenazar a éstos. Asimismo, en el caso de Somalia, hallamos un muy buen ejemplo de la tensión existente entre un cambio rápido en la economía política de un ecumene mercantil regional y la autoridad de un estado sobre ese ecumene.

Desde luego, los mejores ejemplos de desviaciones de mercancías de sus nexos originales pueden encontrarse en los campos de la moda, la ostentación doméstica y la colección en el Occidente moderno. De acuerdo con la apariencia de alta tecnología inspirada por Bauhaus, la funcionalidad de fábricas, almacenes y oficinas se desvía a la estética de los hogares. Los uniformes de diversas ocupaciones se convierten en un vocabulario de la vestimenta. Según la lógica del arte descubierto, se enmarca y estetiza la mercancía diaria. Todos éstos son ejemplos de lo que podemos llamar mercantilización por desviación, donde el valor, en el mercado del arte o de la moda, es acelerado o incrementado al colocar objetos y cosas en contextos inverosímiles. La estética de la descontextualización (impulsada por la búsqueda de la novedad) se halla en el núcleo de la ostentación, en las casas de los intelectuales de Occidente, de herramientas y artefactos de los

"otros": la alforja turca, la lanza masai, la canasta dinka.[12] En estos objetos, no sólo advertimos la equiparación de lo auténtico con el objeto exótico cotidiano, sino también la estética de la desviación. Tal desviación no sólo constituye un instrumento de desmercantilización del objeto, sino también de intensificación (potencial) de la mercantilización, mediante el incremento del valor concomitante a su desviación. Este incremento del valor, a través de la desviación de las mercancías de sus circuitos acostumbrados, subyace al saqueo de objetos valiosos del enemigo en tiempos de guerra, a la compra y ostentación de objetos "primitivos" utilitarios, a la enmarcación de los objetos "encontrados" y a la formación de colecciones de cualquier tipo.[13] En todos estos ejemplos, las desviaciones de las cosas combinan el impulso estético, el vínculo empresarial y el contacto con lo moralmente ofensivo.

No obstante, las desviaciones son sólo significativas en relación con las rutas respecto de las cuales se apartan. De hecho, al observar la vida social de las mercancías en cualquier sociedad o periodo dado, parte del desafío antropológico es definir a trayectorias relevantes y habituales, de modo que la lógica de las desviaciones pueda entenderse adecuada y correlativamente. La vinculación entre rutas y desviaciones es en sí misma histórica y dialéctica, como Michael Thompson (1979) lo ha mostrado hábilmente con respecto a los objetos artísticos del Occidente moderno. Las desviaciones que se vuelven predecibles están en camino de formar nuevas rutas, las cuales inspirarán, a su vez, otras desviaciones o regresos a las antiguas trayectorias. Estas relaciones históricas son rápidas y fáciles de advertir en nuestra propia sociedad, pero menos visibles en las sociedades donde tales cambios son más graduales.

El cambio en la construcción cultural de las mercancías puede buscarse en la variante relación entre rutas y desviaciones a lo largo de la vida de las mercancías. La desviación de las mercancías de sus rutas acostumbradas da lugar a otras trayectorias; pero, la desviación está con frecuencia en función de deseos irregulares y demandas nuevas, motivo por el cual tenemos que considerar el problema del deseo y la demanda.

Deseo y demanda

Parte de la causa por la cual la demanda permanece generalmente como un misterio reside en que suponemos que tiene algo que ver con, por una parte, el deseo (cuya naturaleza parece ser infinita y

transcultural) y, por la otra, la necesidad (cuya naturaleza parece ser fija). De acuerdo con Baudrillard (1989), propongo que abordemos la demanda, y por tanto el consumo, como un aspecto de la economía política total de las sociedades. Es decir, la demanda surge como una función de la diversidad de prácticas y clasificaciones sociales, en lugar de como una emanación misteriosa de las necesidades humanas, una respuesta mecánica a la manipulación social (el caso del modelo de los efectos de la publicidad sobre nuestra propia sociedad), o una reducción del deseo universal y voraz por los objetos o por cualquier cosa asequible.

La maravillosa descripción de Alfred Gell, contenida en el capítulo IV, acerca de los dilemas del consumo entre los muria gondos de la India central señala muchos puntos interesantes e importantes sobre las complejidades culturales del consumo y las disyuntivas del deseo en sociedades a pequeña escala que experimentan un cambio rápido. Después de leer el ensayo en cuestión, es difícil considerar el deseo por los bienes como algo insondable o independiente de la cultura, y la demanda como una respuesta natural y mecánica a la disponibilidad de bienes y al dinero para comprarlos. El consumo entre los gondos está estrechamente vinculado a la ostentación colectiva, al igualitarismo económico y a la sociabilidad. Esto plantea un problema para aquellos muria que, como resultado de los cambios de la economía tribal durante el último siglo, han adquirido una mucho mayor riqueza que el resto de sus comunidades. La consecuencia es un patrón de lo que, invirtiendo a Veblen, podemos llamar "mezquindad conspicua", donde se sostiene la sencillez en el estilo de vida y las posesiones, a pesar de las crecientes presiones de un ingreso en ascenso. Cuando se gasta en mercancías, éstas tienden a girar alrededor de formas mercantiles tradicionalmente aceptables, como envases de latón, atavíos ceremoniales y casas, donde se encarnan los valores colectivos comunes. Este no es un mundo dominado por el espíritu de los bienes limitados, como parecería a primera vista, sino uno donde no existe un interés real en la mayor parte de las cosas ofrecidas por el mercado. La identidad grupal, la homogeneidad suntuaria, la igualdad económica y la sociabilidad hedonista, constituyen una estructura de valor dentro de la cual los bienes introducidos más externamente no generan interés o preocupación. Aquí, la regulación colectiva de la demanda (y, por tanto, del consumo) forma parte de una estrategia consciente por parte de los ricos para contener las implicaciones potencialmente divisorias de la diferenciación. Esto representa un ejemplo sorprendente de regulación social del deseo de bienes, a pesar de que se hayan alcanzado las condiciones técnicas

y logísticas para una revolución del consumo, como es el caso de la ropa en la India, el cual examinaremos a continuación.

La contribución de Christopher Bayly a este volumen consiste en un análisis enormemente agudo y sugerente del cambio en la moral y la economía política de las prendas de vestir en la India, verificado desde 1700.[14] Demuestra con claridad los vínculos existentes entre la política, el valor y la demanda en la historia social de las cosas. Según la argumentación de Bayly, la producción, el intercambio y el consumo de ropa constituyen el material de un "discurso político" (como el *qat* lo es en Somalia) que une la demanda imperial, las estructuras de producción y las solidaridades sociales en el plano local, y la red de legitimidad política. En este discurso político, la esfera del consumo explica la profunda penetración de los textiles ingleses en los mercados hindúes durante el siglo XIX, y no sólo la lógica de la utilidad y el precio. Por último, en el movimiento nacionalista de fines del siglo XIX y principios del XX, particularmente en la retórica de Gandhi, las muchas ramificaciones del discurso político sobre las prendas de vestir son reconstituidas y vueltas a desarrollar en lo que puede llamarse un lenguaje de resistencia mercantil, donde los significados más antiguos y más recientes de la vestimenta se revierten contra el imperio británico. El ensayo de Bayly (el cual constituye, entre otras cosas, una explicación extraordinariamente rica de las ideas de Werner Sombart), al adoptar una perspectiva de largo alcance con respecto a la vida social de una mercancía de particular importancia, nos ofrece dos ideas de gran interés comparativo: en primer lugar, que la lógica del consumo acostumbrado en comunidades pequeñas está íntimamente ligada a regímenes de valor más amplios, definidos por políticas a gran escala. En segundo, que el vínculo entre los procesos de "singularización" y "mercantilización" (de acuerdo con los términos de Kopytoff) en la vida social de las cosas es en sí mismo dialéctico y está sujeto (en las manos de hombres como Gandhi) a lo que Clifford Geertz denomina juego profundo.

La demanda es entonces la expresión económica de la lógica política del consumo y, por tanto, su fundamento debe buscarse en esta lógica. Apoyándome en Veblen, Douglas e Isherwood (1981), y en Baudrillard (1969; 1980; 1989), sostengo que el consumo es eminentemente social, correlativo y activo, en lugar de privado, atomizado y pasivo. Al respecto, Douglas aventaja a Baudrillard, porque no restringe su noción de consumo a la sociedad capitalista contemporánea, sino que también la extiende a otras sociedades. Baudrillard, por su parte, coloca la lógica del consumo bajo el dominio de las lógicas sociales tanto de la producción como del intercambio. Ade-

más, Baudrillard plantea una crítica inmensamente persuasiva de Marx y de sus colegas, los economistas políticos, en relación con los conceptos gemelos de "necesidad" y "utilidad", los cuales son concebidos en la perspectiva marxiana como arraigados a un sustrato primitivo, universal y natural de requerimientos humanos básicos.

Mi propuesta consiste en llevar más adelante la crítica de Baudrillard a la "necesidad" y la "utilidad", (y la reubicación que este autor efectúa de ambos términos, en la esfera más amplia de la producción y el intercambio), y extender esta idea a las sociedades no capitalistas. ¿Qué implica esta perspectiva del consumo? Significa considerar el consumo (y la demanda que lo hace posible) como un punto central no sólo para *enviar* mensajes sociales (tal como lo ha propuesto Douglas), sino también para *recibirlos*. La demanda esconde así dos relaciones *diferentes* entre el consumo y la producción: por una parte, la demanda está determinada por fuerzas sociales y económicas y, por la otra, la demanda puede manipular, dentro de ciertos límites, estas fuerzas sociales y económicas. La cuestión importante es que, desde una perspectiva histórica, ambos aspectos de la demanda pueden influirse mutuamente. Tomemos, por ejemplo, la demanda *imperial*, tal como aparece en el análisis de Bayly sobre la India premoderna. Aquí, desde el punto de vista interno de la sociedad hindú del siglo XVIII, la demanda *imperial* es una fuerza emisora de mensajes y forjadora de la producción. Es decir, la demanda imperial establece los parámetros tanto para el gusto como para la producción, dentro de su esfera relevante de influencia. Sin embargo, también es una fuerza receptora de mensajes, como se confirma en su relación con los estilos y productos europeos contemporáneos. En general, los gustos de la élite tienen esta función de "embudo", al seleccionar entre posibilidades exógenas, y suministrar modelos y controles políticos directos, para los gustos y la producción internos.

Un mecanismo que con frecuencia traduce el control político a la demanda del consumidor es aquél de las "leyes suntuarias", característico de las complejas sociedades premodernas, pero también de las sociedades a pequeña escala, preindustriales y prealfabetizadas. Dondequiera que el vestido, la comida, la vivienda, la ornamentación corporal, el número de esposas o esclavos, o cualquier otro acto visible de consumo, estén sujetos a la regulación externa, podemos observar que la demanda está supeditada a la definición y el control sociales. Desde esta perspectiva, la plétora de "tabúes" en las sociedades primitivas, que prohiben tipos particulares de matrimonio, de consumo de alimentos y de interacción (así como sus correspondientes preceptos positivos), pueden considerarse estrictas analogías mo-

rales de las leyes más explícitas, legalizadas y suntuarias de las sociedades más complejas y alfabetizadas. Con base en este vínculo, podemos entender la esclarecedora analogía trazada por Douglas (1967) entre sistemas de racionamiento "primitivos" y "modernos".

Lo que es el dinero moderno para los medios primitivos de cambio, lo es la moda para las regulaciones suntuarias primitivas. Existen claras similitudes morfológicas entre ambos, pero el término moda sugiere gran velocidad, rápida rotación, ilusión de acceso total y alta convertibilidad, y presuposición de una democracia de consumidores y de objetos de consumo. Por su parte, los medios primitivos de cambio, como las leyes suntuarias y los tabúes, parecen rígidos, de movimiento lento, débiles en su capacidad de conmensurabilidad y vinculados a la jerarquía, la discriminación y el rango en la vida social. Sin embargo, como Baudrillard (1989) y Bourdieu (1984) lo han demostrado tan acertadamente, los *establishments* que controlan la moda y el buen gusto en el Occidente contemporáneo no son menos eficaces en limitar la movilidad social, señalar el rango y la discriminación sociales, y colocar a los consumidores en un juego cuyas reglas siempre cambiantes están determinadas por los "hacedores del gusto" y sus colegas expertos, quienes habitan en la cima de la sociedad.

Los consumidores modernos son víctimas de la velocidad de la moda, del mismo modo en que los consumidores primitivos son víctimas de la estabilidad de la ley suntuaria. La demanda de mercancías está regulada básicamente por esta diversidad de mecanismos hacedores del gusto, cuyo origen social se entiende más claramente (tanto por parte de los consumidores como de los analistas) en nuestra sociedad que en aquellas distantes a la nuestra. Desde la perspectiva de la demanda, la diferencia fundamental entre las sociedades modernas y capitalistas, y aquéllas basadas en formas más simples de la tecnología y el trabajo, *no* reside en que nosotros tengamos una economía completamente mercantilizada y ellos una donde la subsistencia es dominante y el intercambio económico limitado, sino en que las demandas de consumo de los individuos de nuestra sociedad están reguladas por criterios ampliamente variables de "lo apropiado" (la moda), en oposición a los cambios menos frecuentes en los sistemas suntuarios o tradicionales más directamente regulados. Sin embargo, en ambos casos, la demanda es un impulso socialmente regulado y generado, y no un artefacto de los caprichos o las necesidades individuales.

Desde luego, incluso en las sociedades modernas y capitalistas, los medios publicitarios y el impulso a la imitación (en el sentido conferido por Veblen) no son los únicos motores de la demanda del

consumidor. La demanda puede manipularse mediante instancias políticas directas, ya sea en la forma particular del recurso al boicot del cultivo de la lechuga basado en condiciones laborales deficientes, o en las formas generalizadas del proteccionismo "oficial" o "no oficial". De nuevo, el enfoque de Bayly sobre la manipulación efectuada por Gandhi del significado de la ropa producida localmente constituye un ejemplo de primer orden de la politización directa de la demanda. Con todo, esta manipulación a gran escala de la demanda de prendas de vestir en la India del siglo XX, sólo fue posible debido a que la ropa había sido durante mucho tiempo, en el plano local, un instrumento para el envío de mensajes sociales finamente sintonizados. De este modo, podemos decir que, como regla general, aquellas mercancías cuyo consumo está más intrincadamente relacionado con los mensajes sociales básicos suelen ser *menos* sensibles a los cambios bruscos en la oferta o el precio, pero más sensibles a la manipulación política a nivel social.

Desde el punto de vista social, y en el transcurso de la historia humana, los agentes decisivos para la articulación de la oferta y la demanda de mercancías han sido no sólo los gobernantes, sino también, por supuesto, los *comerciantes*. El reciente trabajo monumental de Philip Curtin sobre el comercio intercultural en el mundo preindustrial postula que los modelos tempranos de comercio administrado, como el de Polanyi, pueden haber exagerado el control estatal sobre las complejas economías premodernas (Curtin 1984: 58). Lo que queda claro es que las relaciones entre los gobernantes y los Estados ha variado enormemente a través del tiempo y el espacio. Aunque estudios como el de Curtin están empezando a mostrar los patrones que subyacen a esta diversidad, el componente de la demanda en estas dinámicas de comercio permanece oscuro. Los vínculos históricos muy estrechos entre los gobernantes y los comerciantes (ya sea de complicidad o antagonismo) pueden derivarse parcialmente de que ambas partes han exigido el desempeño del papel central en la regulación social de la demanda. La política de la demanda descansa a menudo en la raíz de la tensión entre los mercaderes y las élites políticas; mientras que aquéllos tienden a ser los representantes sociales de la equivalencia redimida, las mercancías nuevas y los gustos extraños, éstas tienden a ser los guardianes del intercambio restringido, los sistemas mercantiles fijos, y los gustos establecidos y las costumbres suntuarias. Este antagonismo entre bienes "externos" y estructuras locales suntuarias (y, por tanto, políticas) quizá sea la razón fundamental de la tendencia, en ocasiones marcada, de las sociedades primitivas a restringir el comercio a un conjunto limitado

de mercancías y a tratos con extraños en lugar de con parientes o amigos. En las sociedades complejas, la noción de que el comercio viola el espíritu del obsequio puede ser sólo un subproducto correlativo de este antagonismo más fundamental. En consecuencia, en las sociedades premodernas, la demanda de mercancías refleja a veces las dinámicas en el plano estatal *o*, como en el caso de la kula, la función esencial de la competencia de estatus entre los miembros de la élite, al vincular los sistemas interno y externo de intercambio.

Este puede ser un punto adecuado para destacar que existen diferencias importantes entre la *biografía cultural* y la *historia social* de las cosas. Las distinciones tienen que ver con dos tipos de temporalidad, dos formas de identidad de clase y dos niveles de la escala social. El enfoque de la biografía cultural, formulado por Kopytoff, es característico de cosas *específicas*, que se mueven a través de diferentes manos, contextos y usos, acumulando así una biografía particular o un conjunto de biografías. Sin embargo, cuando observamos clases o tipos de cosas, es importante considerar cambios a largo plazo (con frecuencia de la demanda) y dinámicas a gran escala, que trasciendan las biografías de los miembros particulares de esas clases o tipos. Así, una reliquia *particular* puede tener una biografía específica, pero todos los tipos de reliquias y, de hecho, la clase de cosas llamadas "reliquias", pueden tener un flujo y reflujo histórico más amplio, en el curso del cual su significado puede cambiar de un modo notable.

El ensayo de Colin Renfrew, reproducido en el capítulo V de este libro, formula una serie de importantes preguntas metodológicas y teóricas acerca de las mercancías vistas a largo plazo. Su ensayo enfatiza que las mercancías han tenido gran importancia en algunos cambios muy tempranos y fundamentales de la vida social humana, específicamente en la transformación de las sociedades relativamente indiferenciadas de cazadores y recolectores en sociedades estatales tempranas más complejas. En primer lugar, el considerar a largo plazo esos procesos significa necesariamente hallarnos envueltos en modelos inferenciales que vinculan producción y consumo. En segundo, el examinar los procesos productivos en la historia humana temprana implica advertir el cambio tecnológico. Aquí, Renfrew nos muestra muy persuasivamente que los factores decisivos de la innovación tecnológica (la cual es esencial para el desarrollo de nuevas mercancías) son con frecuencia sociales y políticos, y no meramente técnicos. Una vez admitido esto, se desprende, de acuerdo con Renfrew, que las consideraciones del valor y la demanda son esenciales para comprender lo que parecen ser, a primera vista, estrictos saltos tecnológicos.

Así, al analizar el papel desempeñado por el oro y el cobre en Varna, y el de objetos similares de "valor principal" en otras situaciones prehistóricas europeas, Renfrew nos aleja de una perspectiva de reflejo (donde los objetos valiosos simplemente reflejan el alto estatus de la gente que los usa), para llevarnos a un enfoque de interpretación dinámica, donde el uso de objetos de alta tecnología es fundamental para los cambios en la estructura de estatus. La cuestión por explicar está constituida por las nociones cambiantes de valor que, a su vez, implican nuevos usos de los descubrimientos tecnológicos y nuevas formas de control político de los productos de tales innovaciones. La compleja argumentación de Renfrew ilustra el planteamiento de que los cambios en el papel social desempeñado por los objetos de ostentación (basados en el control sobre los materiales de valor principal) iluminan las modificaciones a largo plazo en el valor y la demanda. Al mismo tiempo, su ensayo nos recuerda que el papel cultural de las mercancías no puede divorciarse en última instancia de la tecnología, la producción y el comercio. Con todo, aunque el problema arqueológico sirve para destacar la complejidad y la profundidad histórica de la relación entre valores, diferenciación social y cambio tecnológico, la ausencia de documentos escritos u orales convencionales dificulta más la reconstrucción del cambio del valor que la reconstrucción del cambio social o técnico. El ensayo de Renfrew tiene la virtud de ir contra la naturaleza de lo que su evidencia apoya más cómodamente.

Los procesos a largo plazo que involucran el papel social de las mercancías han sido estudiados recientemente en tres tratados importantes, dos de ellos elaborados por historiadores (Braudel 1984; Curtin 1984), y el otro por un antropólogo (Wolf 1982). Cada una de estas obras posee ciertas virtudes distintivas, pero también existen algunas superposiciones significativas entre ellas. El libro de Curtin es un examen audaz y comparativo de lo que él llama "diásporas comerciales", comunidades de comerciantes que traficaban mercancías a través de las fronteras culturales, a lo largo de la historia registrada y hasta la era de la expansión industrial europea. Se esfuerza por mantener una perspectiva no eurocéntrica del mundo del comercio anterior al periodo industrial, y en esto tiene mucho en común con los objetivos perseguidos por Éric Wolf. Con todo, el trabajo de Wolf, en parte debido a la perspectiva teórica del autor y en parte a su preocupación por un capítulo más reciente en la historia de los vínculos europeos con el resto del mundo, está mucho más orientado a Europa. Los hallazgos de Curtin y Wolf refutan en gran medida la idea de los flujos mercantiles como fenómenos relaciona-

dos ya sea reciente o exclusivamente con el capitalismo de la metrópoli, y llaman la atención sobre los marcos institucionales, logísticos y políticos que han contextuado al comercio a través de las fronteras sociales y culturales. Empero, por distintas razones en cada caso, Curtin y Wolf están menos interesados en la cuestión de la demanda y en el problema correlativo de la interpretación cultural del valor. Los ensayos incluidos en el presente volumen complementan y enriquecen el extenso panorama institucional, tecnológico y económico de los flujos mercantiles contenido en esos dos estudios.

Braudel, el formidable decano de la escuela de los *Annales*, es un caso aparte. En el segundo volumen de su magistral estudio del capitalismo y la vida material, que abarca del año 1500 al año 1800 d. de C., Braudel no se contenta con brindarnos una descripción apretada y dramática de la creación del mundo industrial moderno. En este volumen, cuyo título es *Los juegos del intercambio*, Braudel se ocupa, como lo hacen Curtin y Wolf (junto con, por supuesto, muchos historiadores económicos y sociales), de la naturaleza, estructura y dinámica del comercio mundial, a partir del siglo XVI. De hecho, en su conjunto, estas tres obras presentan una sorprendente imagen del conjunto extremadamente complejo e interrelacionado que he denominado "ecumenes mercantiles", las cuales, desde aproximadamente el año 1500 d. de C., vinculan a partes muy diversas del mundo. Braudel analiza brevemente la esfera de la demanda dentro de este gran diseño. Su argumentación acerca de la relación entre la oferta y la demanda en el mundo capitalista temprano (Braudel 1984) establece el asunto en su perspectiva temporal; pero, en relación con las fuentes y las consecuencias de los cambios en la demanda, añade muy poco a lo anticipado por Werner Sombart, a quien nos referiremos más adelante. No obstante, estos tres importantes enfoques sobre el flujo mercantil en la construcción del sistema mundial, resaltan y suministran un contexto a los ensayos incluidos en este volumen, cuyo objetivo es esclarecer las dinámicas sociales y culturales del flujo de mercancías. Esta inclinación hacia cuestiones de valor, trayectoria y clasificación pretende enriquecer nuestra percepción de la idiosincrasia de las cosas, dimensión a la cual la academia no ha prestado una gran atención sistemática.

La historia social de las cosas y su biografía cultural no son asuntos completamente separados, ya que la historia social de las cosas, a lo largo de periodos prolongados y en amplios niveles sociales, ha limitado la forma, el significado y la estructura de las trayectorias a corto plazo, específicas e íntimas. También ocurre, aunque suele ser más difícil de documentar y predecir, que muchos cambios pequeños

en la biografía cultural de las cosas puedan, con el paso del tiempo, conducir a cambios en la historia social de las cosas. Los ejemplos de estas relaciones complejas entre las trayectorias de corto y largo plazo y entre los patrones de corto y largo alcance del movimiento de las cosas, no abundan en la bibliografía en la materia pero podemos comenzar advirtiendo estas relaciones con respecto a las transformaciones de los sistemas de intercambio bajo el impacto de la dominación colonial (Dalton 1978: 155-165; Strathern 1983), y a las transformaciones de la sociedad occidental que han llevado al surgimiento de los objetos de recuerdo y de colección (Stewart 1984). En este volumen, los ensayos de Bayly, Geary, Cassanelli y Reddy constituyen reflexiones particularmente interesantes sobre la relación entre estas dos dimensiones de temporalidad de las cosas. No es coincidencia que estos estudiosos sean historiadores sociales, preocupados por los procesos a largo plazo. El mejor tratamiento general de la relación entre la demanda, la circulación de objetos valiosos y los cambios a largo plazo en la producción mercantil, aparece en el trabajo de Werner Sombart (Sombart 1979).

A Sombart le debemos la *importante noción histórica* de que en el periodo europeo comprendido entre los años 1300 y 1800, el cual considera como el nexo del capitalismo temprano, la causa principal de la expansión del comercio, la industria y el capital financiero fue la demanda de bienes de lujo, sobre todo de parte de los *nouveaux riches*, las cortes y la aristocracia. Sombart localiza el origen de esta demanda creciente, a su vez, en el nuevo entendimiento de la venta del amor "libre", el refinamiento sensual y la economía política del cortejo durante este periodo. Este nuevo fundamento de la demanda implicó que la moda se convirtiera en la fuerza impulsora de las clases altas, saciadas sólo con cantidades siempre crecientes y cualidades siempre cambiantes de los artículos de consumo. Esta intensificación de la demanda, sexual y política en sus orígenes, señaló el fin de un modo de vida señorial y, al mismo tiempo, estimuló a la manufactura y el comercio del naciente capitalismo.

A pesar de que el enfoque general de Sombart sobre la historia social del capitalismo fue, en vida del autor y aun después de muerto, criticado legítimamente por una diversidad de deficiencias empíricas e idiosincrasias metodológicas, permanece como una opción vigorosa (aunque subterránea) respecto de las perspectivas marxiana y weberiana referidas a los orígenes del capitalismo occidental. Al centrarse en el consumo y la demanda, Sombart se sitúa en una tradición opuesta y minoritaria, situación de la que estuvo bien consciente. En este sentido, Sombart es un crítico temprano de lo que Jean Baudri-

llard llama el "espejo de la producción", donde se ha visto reflejada a sí misma la teoría dominante de la economía política del Occidente moderno. En su énfasis en la demanda, en sus observaciones claves acerca de la política de la moda, en su colocación de las directrices económicas dentro del contexto de las transformaciones de la sexualidad, y en su aproximación dialéctica de la relación entre lujo y necesidad, Sombart anticipa las recientes aproximaciones semióticas del comportamiento económico, tales como las de Baudrillard, Bourdieu, Kristeva y otros.

El enfoque de Sombart ha sido recientemente revivido en un estudio muy interesante de los antecedentes culturales del capitalismo temprano, elaborado por Chandra Mukerji (1983). La tesis de Mukerji, que coincide en muchos aspectos con la mía, reside en que lejos de ser un *resultado* de la revolución industrial-tecnológica del siglo XIX, la cultura materialista y el nuevo consumo orientado a productos y bienes de todo el mundo constituyeron el *prerrequisito* de la revolución tecnológica del capitalismo industrial. En esta inteligente crítica de la hipótesis weberiana referida al papel desempeñado por el ascetismo puritano en tanto suministrador del contexto cultural para el cálculo capitalista, Mukerji se apoya en Nef (1958) y otros. Su trabajo consiste en una sofisticada descripción histórica del marco cultural del capitalismo temprano en Europa. Ofrece nuevas evidencias y argumentaciones que ubican el gusto, la demanda y la moda en el núcleo de una narración cultural de los orígenes del capitalismo occidental, y que revaloran la importancia de las "cosas" en la ideología del renacimiento europeo (véase también Goldthwaite 1983).

De acuerdo con nuestros propósitos, la relevancia del modelo de Sombart concerniente a la relación entre el lujo y el capitalismo temprano reside menos en las especificidades temporales y espaciales de su tesis (las cuales son de interés para los historiadores de la temprana Europa moderna), que en la generalización de la *lógica* de su argumentación relativa a las bases culturales de la demanda de por lo menos ciertos tipos de mercancías, las que él denomina lujosas.

Sugiero que consideremos a los bienes de lujo no tanto en contraposición a las necesidades (una oposición llena de problemas), sino como bienes cuya utilización principal es *retórica* y *social*, bienes que simplemente son *signos encarnados*. La necesidad a la que *ellos* responden es fundamentalmente política. Mejor aún, debido a que la mayoría de los bienes de lujo son usados (aunque en formas y a costos especiales), tendría más sentido concebirlos como un "registro" especial del consumo (por analogía con el modelo lingüístico) que como clases especiales de cosas. Los signos de este registro, en

relación con las mercancías, tienen todos o algunos de los atributos siguientes: a) restricción, ya sea por precio o por ley, a las élites; b) complejidad de adquisición, la cual puede estar o no en función de la "escasez" real; c) virtuosismo semiótico, es decir, la capacidad de comunicar mensajes sociales muy complejos (como lo hace la pimienta en la cocina, la seda en la vestimenta, las joyas en la ornamentación y las reliquias en el culto); d) el conocimiento especializado en tanto prerrequisito de su consumo "adecuado", es decir, la regulación por medio de la moda, y e) un alto grado de vinculación de su consumo con el cuerpo, la persona y la personalidad.

Desde el punto de vista del consumo, los aspectos de este registro del lujo pueden acumularse en cierto grado en alguna o todas las mercancías; pero, en determinados contextos, ciertas mercancías ejemplifican el registro del lujo y pueden describirse libremente como bienes lujosos. Vistas de este modo, todas las sociedades despliegan cierta demanda por los bienes lujosos, y puede argumentarse que sólo en Europa, después del año 1800 (al cabo del eclipse de las leyes suntuarias), esta demanda se liberó de la regulación política y fue abandonada al "libre" juego del mercado y de la moda. Desde esta perspectiva, la moda y la regulación suntuaria son los polos opuestos de la regulación social de la demanda, particularmente de bienes con un alto valor discriminatorio. En ciertos periodos, el flujo de bienes lujosos muestra una poderosa tensión entre estas dos fuerzas; por ejemplo, los últimos siglos del *ancien régime* en Europa exhiben tensiones en ambas direcciones. Las primeras décadas de contacto colonial casi en todas partes muestran también esta tensión entre las modas nuevas y las regulaciones suntuarias existentes. En estos contextos, la moda es el impulso para imitar a los nuevos poderes, y este impulso se integra con frecuencia, para bien o para mal, con los imperativos suntuarios tradicionales. Esta tensión, en el plano de la demanda y el consumo, está ligada desde luego a las tensiones existentes entre los bienes y sistemas de producción indígenas y los introducidos, y entre los medios de cambio locales y los introducidos. Un estudio de caso extremadamente interesante sobre los complejos vínculos entre el comercio, la moda, la ley suntuaria y la tecnología es el ofrecido por Mukerji en relación con la conexión entablada entre Inglaterra y la India, en el siglo XVII, a propósito del calicó (Mukerji 1983: 166-209).

El segundo aspecto importante examinado por Sombart es la complejidad de los vínculos entre los bienes lujosos y las mercancías más mundanas. En el caso del cual se ocupa, estos vínculos involucran sobre todo procesos de producción. Así, en la temprana Europa

moderna, lo que Sombart considera bienes lujosos primarios tienen sus prerrequisitos en procesos de producción secundarios y terciarios: la manufactura de las máquinas para hilar la seda apoya a los centros de tejido de la seda, los cuales favorecen, a su vez, la creación de muebles y vestimenta de lujo; el aserradero produce la madera que es esencial en la producción de ebanistería fina; cuando el maderamen se agota, aumenta la demanda de carbón de parte de la industria del vidrio y otras industrias de lujo; las fundidoras de acero suministran la tubería esencial para las fuentes de Versalles (Sombart 1979: 146-173). En la medida en que el crecimiento en la demanda de bienes primarios lujosos es básica para la expansión de la producción de instrumentos de segundo y tercer orden la demanda de objetos de lujo tiene implicaciones económicas en todo el sistema. Tal es el caso de las complejas y tempranas economías modernas.

No obstante, en economías de escala, estructura y organización industrial diferentes, la conexión entre los bienes lujosos y los bienes de otros registros de uso puede no involucrar los movimientos de un conjunto complejo de medios y formas de producción, sino básicamente los dominios del intercambio y el consumo. Así, volviendo al sistema kula de Oceanía, estudios recientes clarifican que el "comercio" de objetos valiosos de la kula está relacionado, dentro de una intrincada dialéctica social y estratégica, con otros registros de intercambio, los cuales incluirían el matrimonio, la muerte, la herencia, la compraventa, etcétera (véase, particularmente, Weiner 1983).

Por último, el comercio de objetos lujosos bien podría suministrar un marco amistoso, duradero y sentimental para la conducción de intercambios de otros bienes y a través de otras maneras: aquí de nuevo, la existencia del *gimwali* o el intercambio de tipo mercantil en el contexto kula es un ejemplo primitivo adecuado (Uberoi 1962). Un caso moderno de este tipo de relación entre el comercio según el registro lujoso y el comercio según registros menos connotados simbólicamente es el vínculo comercial existente entre Estados Unidos y la URSS. Al respecto, las pláticas entabladas sobre la limitación de las armas estratégicas pueden considerarse una especie altamente competitiva de comercio de lujo, donde el lujo en cuestión es la restricción nuclear garantizada del bando contrario. Los altibajos de este comercio constituyen el prerrequisito para el movimiento de otras mercancías, tales como los cereales y la alta tecnología. Este tipo de relación mediada políticamente entre los diferentes registros del comercio mercantil fue agresivamente explotado por la política estadunidense de "articulación", según la cual la renuencia soviética en una esfera de intercambio es castigada en otra esfera. En épocas y

sociedades más simples, el equivalente a las pláticas de limitación de las armas estratégicas puede hallarse en la diplomacia del intercambio de obsequios entre comerciantes y jefes, o simplemente entre jefes, cuyas alteraciones pueden frustrar el comercio menos cargado de registros.

En todos estos casos, puede advertirse que la demanda del tipo de objetos valiosos que llamamos lujosos, y que yo he denominado el registro de lujo de cualquier flujo particular de mercancías, está conectada íntimamente con otros registros más cotidianos y de alta rotación, de acuerdo con el lenguaje de las mercancías en la vida social

Este es un punto adecuado para plantear una observación general sobre las mercancías examinadas en este volumen, la mayoría de las cuales tienen una fuerte dimensión de lujo y, por tanto, parecen constituir una muestra favorecedora de un enfoque cultural, en contraposición a las mercancías más humildes, de producción masiva. El hecho es que la línea divisoria entre mercancías lujosas y cotidianas no es sólo una línea que se modifica históricamente, sino que además, incluso en cualquier momento, lo que parece ser un ítem homogéneo de un rango semántico extremadamente limitado puede convertirse en algo muy diferente en el transcurso de la distribución y el consumo. Quizá el mejor ejemplo de una mercancía común cuya historia está llena de idiosincrasias culturales es el azúcar, como lo muestra Sydney Mintz (1979) y Fernand Braudel (1984). Así, la distinción entre mercancías modestas y exóticas no se basa en una diferencia de tipo, sino con mayor frecuencia en una desemejanza en la demanda a lo largo del tiempo o, a veces, en una desigualdad entre los lugares de la producción y los del consumo. Desde el punto de vista de la escala, el estilo y la importancia económica, Mukerji ha desarrollado una argumentación elocuente, al menos en el caso de la temprana Europa moderna, con objeto de *no* trazar fronteras rígidas entre el consumo de élite y el masivo, los bienes lujosos y los modestos, los bienes de consumo y los de capital, y la estética de la ostentación y los propósitos de los escenarios de la producción primaria (Mukerji 1983: capítulo 1).

En consecuencia, la demanda no es una respuesta mecánica a la estructura y el plano de la producción, ni un apetito natural insondable. Es un mecanismo social complejo que media entre los patrones a corto y largo plazo de la circulación mercantil. Las estrategias de desviación a corto plazo (como las examinadas en la sección anterior) pueden acarrear pequeños cambios en la demanda, los cuales podrían transformar gradualmente los flujos de mercancías a

largo plazo. Sin embargo, desde la perspectiva de la reproducción de patrones de flujos mercantiles (y no desde el punto de vista de su alteración), los patrones de la demanda por largo tiempo establecidos funcionan como restricciones sobre cualquier conjunto dado de rutas mercantiles. Uno de los motivos por los cuales estas trayectorias son inherentemente inconstantes, particularmente cuando involucran flujos mercantiles transculturales, es que descansan en distribuciones inestables de conocimiento, un tema que analizaremos a continuación.

CONOCIMIENTO Y MERCANCÍAS

Esta sección trata de las peculiaridades del conocimiento que acompaña a los flujos interculturales de mercancías, relativamente complejos y efectuados a gran distancia, a pesar de que aun en los lugares de flujo mercantil más homogéneos, a pequeña escala y de baja tecnología siempre existe el potencial para que surjan discrepancias en el conocimiento sobre las mercancías. Empero, cuando la distancia aumenta, la negociación de la tensión entre conocimiento e ignorancia se vuelve en sí misma una determinación fundamental del flujo de las mercancías.

Las mercancías representan formas sociales y distribuciones de conocimiento muy complejas. En primer lugar, y en términos generales, tal conocimiento puede ser de dos tipos: el conocimiento (técnico, social, estético y demás) que acompaña a la producción de la mercancía, y el conocimiento que acompaña al consumo apropiado de la mercancía. El conocimiento productivo que se atribuye a una mercancía es muy distinto del conocimiento de consumo que se confiere a la mercancía. Por supuesto, ambas atribuciones divergirán proporcionalmente, en cuanto aumente la distancia social, espacial y temporal entre los productores y los consumidores. Como veremos, no es correcto considerar el conocimiento en el plano de la producción de una mercancía como exclusivamente técnico y empírico, y el conocimiento en el plano del consumo como exclusivamente valorativo o ideológico. En ambos polos, el conocimiento tiene componentes técnicos, mitológicos y valorativos, y son susceptibles de interacción mutua y dialéctica.

Si concebimos que algunas mercancías tienen una "historia vital" o una "carrera" en un sentido significativo, entonces se vuelve útil considerar la distribución del conocimiento en distintas etapas de su carrera. Tales carreras son más uniformes en el polo productivo, ya

que resulta probable que, durante la producción, la mercancía en cuestión haya tenido menos oportunidades de acumular una biografía idiosincrásica o de disfrutar de una carrera peculiar. Así, el sitio de la producción mercantil quizá esté dominado por recetas de fabricación estandarizadas culturalmente. Las fábricas, los campos, las fundiciones, las minas, los talleres y la mayoría de los demás sitios de la producción son despositarios, en primer término, de un conocimiento técnico productivo muy estandarizado. No obstante, es importante resaltar aquí que el conocimiento técnico requerido para la producción de mercancías primarias (cereales, metales, hidrocarburos) tiende a ser más estandarizado que aquél necesario para la fabricación de mercancías secundarias o de lujo, donde el gusto, el juicio y la experiencia individual suelen provocar claras variaciones en el conocimiento productivo. Ahora bien, la tendencia de la mercantilización en el plano productivo se orienta hacia la estandarización del conocimiento técnico. Por supuesto, en el caso de todas las mercancías, sean primarias o no, el conocimiento técnico siempre está profundamente compenetrado con presuposiciones cosmológicas, sociológicas y rituales, las cuales son ampliamente compartidas. Los alfareros azande de Evans-Pritchard (1976), los campesinos colombianos de Taussig (1980), los fabricantes gawan de canoas de Nancy Munn (1977), los productores panameños de azúcar de Stephen Gudeman (1984), todos ellos combinan los aspectos tecnológico y cosmológico en su discurso productivo. En la mayoría de las sociedades, este conocimiento productivo está sujeto a cierta desigualdad en su distribución social, debido a los criterios simples de edad y sexo, a criterios complejos que distinguen a familias, castas o pueblos artesanales del resto de la sociedad, o a divisiones más complejas del trabajo que separan a los empresarios y los trabajadores, con base en su papel, de las amas de casa y los consumidores, tal como ocurre en la mayor parte de las sociedades modernas.

No obstante, existe otra dimensión del conocimiento productivo, a saber, el conocimiento del mercado, del consumidor y del destino de la mercancía. En las sociedades pequeñas y tradicionales, este conocimiento es relativamente directo y completo con respecto al consumo interno; pero resulta más errático e incompleto en relación con la demanda externa. En los contextos precapitalistas, la traducción de las demandas externas a los productores locales constituye el dominio del comerciante y sus agentes, quienes proporcionan puentes logísticos y de precio entre mundos de conocimiento cuyo contacto directo es mínimo. Así, es casi seguro que los habitantes tradicionales de las selvas de Borneo ignoraran que los nidos de

pájaros por ellos vendidos a los intermediarios eran utilizados en China con fines curativos y culinarios. Este paradigma de puentes mercantiles, tendidos a través de los enormes vacíos de conocimiento entre productores y consumidores, caracteriza el movimiento de la mayoría de las mercancías a lo largo de la historia. En la actualidad, esos puentes persisten, en virtud de las diferencias culturales insalvables (como aquéllas, entre los productores de opio en Asia y el Medio Oriente, y los adictos y traficantes en Nueva York), o de la especialización infinita de la producción mercantil (la distancia entre un volumen mercantil particular, por ejemplo de cobre, y los cientos de transformaciones que ocurrirán antes de que llegue al consumidor). Se debe señalar que estas grandes diferencias de conocimiento sobre el mercado por parte de los productores, suelen ocasionar cuantiosas ganancias para el comercio y pérdidas relativas para la clase o el país productor en relación con los consumidores y comerciantes (véase Spooner, capítulo VII).

Los problemas que involucran el conocimiento, la información y la ignorancia no se restringen a los polos de la producción y el consumo dentro de las carreras de las mercancías, sino que también caracterizan a los propios procesos de circulación e intercambio. En una vigorosa descripción cultural del bazar marroquí, Clifford Geertz sitúa la búsqueda de información confiable en el núcleo de esta institución y muestra cuán difícil es para los actores de este sistema obtener información confiable sobre las personas o las cosas (Geertz 1979). Una buena parte de la estructura institucional y la forma cultural del bazar es de dos filos, lo cual dificulta la obtención del conocimiento confiable y, al mismo tiempo, facilita su búsqueda. Es tentador concluir que estos laberintos informativos complejos y organizados culturalmente son un rasgo particular de las economías de tipo bazar, y que están ausentes en las economías simples no mercantilizadas, así como en las economías industriales. Con todo, como el propio Geertz lo sostiene (p. 224), el bazar es una categoría analítica que bien puede aplicarse al mercado de automóviles usados (aunque no al de los nuevos) en las economías industriales contemporáneas. Se puede generalizar esta aserción: la búsqueda de información de tipo bazar caracterizaría todo escenario de intercambio donde la calidad y la apropiada evaluación de los bienes no esté estandarizada, a pesar de que puedan variar enormemente los motivos de esta carencia de estandarización, de la volatilidad de los precios y de la calidad incierta de cosas específicas de cierto tipo. De hecho, los sistemas de intercambio de objetos valiosos kula, de los autos usados y de las alfombras orientales, aunque ocurran en escenarios culturales

e institucionales muy diferentes, pueden involucrar todos economías informativas de tipo bazar. Con todo, las diferencias de conocimiento y las dificultades de comunicación entre productor y consumidor no son obstáculos reales en contra del vigoroso flujo de mercancías destinadas a múltiples transformaciones industriales, antes de que lleguen a manos del consumidor. En el caso de tales mercancías (a veces llamadas mercancías primarias), series casi infinitas de pequeños y superpuestos círculos de conocimiento pueden vincular al productor original con el consumidor terminal. Empero, éste no es el caso de las mercancías por destino, las cuales son ampliamente "fabricadas", en el sentido de Nancy Munn, en una etapa temprana de sus carreras (Munn 1977). Estas requieren mecanismos más directos para la negociación satisfactoria del precio, y la equiparación del gusto del consumidor con la destreza, el conocimiento y la tradición del productor. Quizá, los mejores ejemplos de este tipo de comunicación más directa incluyan el comercio internacional de ropa hecha (Swallow 1982) y el comercio del arte turístico en lo que Nelson Graburn (1976) ha denominado el Cuarto mundo.

Dondequiera que existan desigualdades en el conocimiento que acompaña al movimiento de las mercancías, entran en escena los problemas referidos a la autenticidad y la experiencia. Varios de los ensayos incluidos en este volumen abordan ambos temas. El primero es el de Brian Spooner acerca de las alfombras orientales, el cual constituye una interpretación antropológica estimulante sobre un problema que combina la historia del arte, la historia económica y el análisis cultural. El tema de Spooner —los cambiantes términos de la relación entre los productores y consumidores de alfombras orientales— trae a colación un ejemplo particularmente sorprendente de una mercancía que vincula dos mundos muy aislados de significado y función. Comercializadas originalmente a través de una serie de centros ubicados en Asia y Europa, cada uno de los cuales imponía filtros económicos y de gusto, las alfombras orientales involucran hoy día una negociación mucho más directa entre los gustos de la clase media alta occidental y las organizaciones de tejedores del Asia central. Sin embargo, este cambio no conlleva simples modificaciones en el contexto de la negociación del precio. Lo que se está negociando, tal como lo enfatiza Spooner, es la autenticidad. Es decir, conforme se acentúa el ritmo de movilidad social y el apiñamiento en la cima de las sociedades occidentales, y conforme la tecnología permite la multiplicación de los objetos de prestigio, tiene lugar un creciente diálogo irónico entre la necesidad occidental de criterios siempre cambiantes de autenticidad y los motivos económicos de los produc-

tores y mercaderes. Además, el mundo de los comerciantes se entrelaza con la política de los conocedores y peritos, y la formalización del saber popular en materia de alfombras en el Occidente.

En general, puede afirmarse que en el caso de mercancías lujosas como las alfombras orientales, cuando se acorta la distancia entre consumidores y productores, la cuestión de la *exclusividad* cede su lugar a la *autenticidad*. Durante las condiciones premodernas, el movimiento a larga distancia de las mercancías preciosas implicaba costos que convertían su *propia* adquisición en un distintivo de exclusividad y un instrumento de diferenciación suntuaria. En donde el control de tales objetos no estaba directamente sujeto a la regulación estatal, se hallaba indirectamente regulado por el costo de adquisición, de modo que permanecían en las manos de unos cuantos individuos. Con el cambio tecnológico, la reproducción masiva de estos objetos se hace posible, el diálogo entre los consumidores y la fuente original se vuelve más directo, y los consumidores de clase media se vuelven capaces (legal y económicamente) de competir por la obtención de estos objetos. La única forma de preservar la función de estas mercancías en las economías de prestigio del Occidente moderno reside en enredar los criterios de autenticidad. La competencia muy complicada, y la colaboración entre "expertos" del mundo del arte, comerciantes, productores, académicos y consumidores, forman parte de la economía política del gusto en el Occidente contemporáneo. Quizá esta economía política haya sido mejor explorada en Francia, por Baudrillard (1989) y Bordieu (1984).

Existe un conjunto particular de asuntos relativos a la autenticidad y la peritación que infestan al Occidente moderno, y este conjunto, que gira alrededor de cuestiones como el buen gusto, el conocimiento experto, la "originalidad" y la distinción social, es particularmente visible en el dominio del arte y los objetos artísticos. En su ensayo "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction", Walter Benjamin (1968; edición original, 1936) reconoció que el aura de una auténtica obra de arte se entrelaza con su originalidad, y que esta aura, que es la base de su autenticidad, está amenazada por las modernas tecnologías de reproducción. En este sentido, las copias, falsificaciones e imitaciones —que tienen una larga historia— no amenazan el aura de lo original, sino que buscan compartir la originalidad. En una nota de este ensayo, Benjamin incluyó la observación siguiente: "Sin duda, en la época de su producción, aún no podía decirse que una pintura medieval de la Madonna era 'auténtica'. Sólo se volvió 'auténtica' durante los siglos subsecuentes y, tal vez más sorprendentemente, en el siglo XIX" (Benjamin 1968: 243). En un trabajo referido

al concepto de "firma" en el mundo del arte moderno, Baudrillard (1989: 108-109) va más lejos:

> ...hasta el siglo XIX, la copia de una obra original tenía un valor propio, era una práctica legítima. En nuestros días la copia es ilegítima, "inauténtica": ya no es Arte. Igualmente, el concepto de falsificación ha cambiado, o más bien ha surgido con la modernidad. En otro tiempo, los pintores solían usar colaboradores, o *negros*: uno era especialista en árboles, otro en animales. El acto de pintar, y por lo tanto la firma, tampoco revestían la misma exigencia mitológica de autenticidad —imperativo moral al que está consagrado el arte moderno, por el cual es moderno— desde que la relación con la ilusión, y por lo tanto el sentido mismo del objeto artístico, han cambiado al mismo tiempo que el acto de pintar.

Con esto en mente, es posible colocar el polo del consumo de los procesos observados por Spooner en el contexto de lo que Baudrillard concibe como el surgimiento del "objeto", es decir, una cosa que ya no es un producto o una mercancía, sino esencialmente un signo dentro de un sistema de signos de estatus. Los objetos, en la perspectiva de Baudrillard, sólo emergen completos durante este siglo en el Occidente moderno, en el contexto de las formulaciones teóricas de la Bauhaus (Baudrillard 1981: 224), aunque se ha mostrado recientemente que el surgimiento de los objetos en la cultura europea puede situarse en el Renacimiento (Mukerji 1983). La moda es el medio cultural donde los objetos, en el sentido de Baudrillard, se mueven.

Con todo, los problemas de la autenticidad, peritación y evaluación de las mercancías no son obviamente fenómenos del siglo XX. Ya hemos mencionado el ensayo de Patrick Geary, incluido en este volumen, sobre el comercio de reliquias en la Europa carolingia. Aquí existe un problema fundamental con respecto a la autenticación y, también en este caso, dicho problema está vinculado al hecho de que las reliquias circulan a través de largos periodos de tiempo, de muchas manos y de extensas distancias. Además, está presente la preocupación por la falsificación, que constituye una obsesión en torno a los orígenes. Sin embargo, el régimen cultural de autenticidad es muy distinto del moderno. Aunque existe un conjunto pequeño de procedimientos técnicos y prerrogativas clericales implicado en la autenticación, es con mucho una cuestión en la cual desempeña un papel central el entendimiento popular referido a la eficacia del ritual y los criterios tradicionales. La autenticidad no es aquí el coto de los criterios expertos y esotéricos, sino el de los criterios populares y públicos de verificación y confirmación.

El problema del conocimiento especializado y de la autenticidad adopta otra forma en el fascinante estudio de caso de William Reddy, que versa sobre los cambios en la organización del conocimiento experto en la industria textil francesa, verificados antes y después de la revolución de 1789. Con base en dos diccionarios comerciales publicados en Francia, uno hacia 1720 y el otro en 1839, Reddy sostiene que, a pesar de que la Revolución francesa pareció destruir de la noche a la mañana todo un modo de vida, esto no fue lo que ocurrió. El gran edificio del conocimiento y los hábitos cotidianos se modificó gradual, incierta y renuentemente. Un ejemplo de esta crisis general —un periodo durante el cual el conocimiento, la práctica y la política eran discordes—, puede advertirse en el codificado mundo del conocimiento relativo al comercio de textiles. En los complejos y tempranos sistemas modernos de flujo mercantil, Reddy nos muestra que la relación entre conocimiento técnico, gusto y regulación política es muy compleja y de cambio gradual. Son más difíciles de modificar los modos de conocer, juzgar, comerciar y comprar, que las ideologías que subyacen a las asociaciones, los precios y la producción. Se necesitó una serie muy compleja de cambios graduales y asincrónicos en la política, la tecnología y la cultura, verificados a lo largo de más de una centuria, antes de que surgiera una nueva estructura epistemológica de clasificación de los productos comerciales. En este nuevo esquema, puede decirse que los *bienes* fueron reconcebidos como *productos*, y la "mirada" (en el sentido que le da Foucault) del consumidor y el comerciante cedió su lugar a la "mirada" del productor. En el primer tercio del siglo XIX, los textiles fueron considerados con base en lo que Baudrillard llama el "espejo de la producción". En este marco industrial temprano, la autenticidad ya no se relaciona con la peritación, sino con los métodos de producción objetivamente determinados. La experiencia del comerciante y el financiero es sustituida por el conocimiento de la producción industrial. El ensayo de Reddy nos recuerda que la historia social de las cosas, aun de cosas modestas como la ropa, refleja modificaciones muy complejas en la organización del conocimiento y los modos de producción. Tales cambios tienen una dimensión cultural que no puede deducirse de, o reducirse a, las variaciones tecnológicas y económicas.

Un último ejemplo de la intrincada relación entre la autenticidad, el gusto y la política vinculadora productor-consumidor tiene que ver con lo que se ha llamado artes étnicas o turísticas. Estas han estado sujetas a un estudio minucioso por parte de los antropólogos, y existe una importante antología de ensayos en la materia (Graburn 1976).

Aunque los fenómenos agrupados en este rubro incluyen una enredada diversidad de objetos, tal y como Graburn lo advierte en su ensayo introductorio, tales fenómenos constituyen quizá el mejor ejemplo de las diferencias en gusto, entendimiento y uso entre los productores y los consumidores. En el extremo del productor, se hallan las tradiciones de manufactura (de nuevo, según Munn), las cuales cambian en respuesta a las imposiciones o tentaciones comerciales y estéticas de los consumidores a gran escala y ubicados a gran distancia. En el otro extremo, se encuentran los objetos de recuerdo, las curiosidades, las colecciones, las exhibiciones, y las competiciones de estatus, experiencia y comercio en que se apoyan tales cosas. Entre ambos extremos, existe una serie de vínculos comerciales y estéticos, en ocasiones complejos, múltiples e indirectos y, en otras, abiertos, escasos y directos. En los dos casos, el arte turístico constituye un tráfico mercantil especial, donde las identidades grupales de los productores son símbolos de la política de estatus de los consumidores.

El ensayo de Alfred Gell, contenido en este volumen, presenta algunas observaciones particularmente inteligentes acerca de los tipos de refracciones complicadas de percepción que pueden acompañar la interacción entre pequeñas poblaciones tradicionales, y economías y sistemas culturales a gran escala. Al reflexionar sobre el interés de los muria en la latonería producida fuera de su región, Gell señala lo siguiente:

> ...los muria, que carecen de una tradición artesanal propia y de una producción de bienes de prestigio, son en realidad mucho más parecidos a los occidentales, quienes buscan la autenticidad en lo exótico, que a los miembros de las sociedades artesanales tradicionales, categoría a la cual creen erróneamente que pertenecen.

Trabajos recientes en materia de exhibiciones y museos, elaborados por antropólogos e historiadores (Benedic 1983; Breckenridge 1984), así como por semiólogos y teóricos literarios, amplían y profundizan nuestra comprensión del papel desempeñado por los objetos del "otro" en la creación del objeto de recuerdo, la colección, la exhibición y el trofeo en el Occidente moderno (Baudrillard 1969, 1989; Stewart 1984). De un modo más general, puede decirse que, conforme se complican los viajes institucionales y espaciales de las mercancías, y se incrementan las desavenencias entre productores, comerciantes y consumidores, suelen aparecer las mitologías culturalmente formadas acerca del flujo mercantil.

Las historias e ideologías culturalmente construidas acerca del flujo mercantil constituyen un lugar común en todas las sociedades.

Sin embargo, tales historias adquieren cualidades particularmente intensas, novedosas y sorprendentes, cuando son muy grandes las distancias espaciales, cognitivas o institucionales entre la producción, la distribución y el consumo. Tal distanciamiento puede ser institucionalizado dentro de una sola economía compleja o estar en función de nuevos tipos de vínculos entre sociedades y economías hasta entonces separadas. El divorcio institucionalizado (en materia de conocimiento, interés y papel) entre las personas involucradas en diversos aspectos del flujo mercantil genera mitologías especializadas. En esta sección, analizo tres variaciones de tales mitologías y los contextos en que aparecen. En primer lugar, se hallan las mitologías producidas por los comerciantes y especuladores que son ampliamente indiferentes con respecto a los orígenes de la producción y el destino de consumo de las mercancías, excepto cuando estas esferas influyen en las fluctuaciones de los precios. Los mejores ejemplos de este tipo son los mercados de mercancías de entrega futura en las complejas economías capitalistas, particularmente el intercambio de cereales en Chicago a principios de siglo. En segundo lugar, se encuentran las mitologías producidas por los consumidores (o por los consumidores potenciales) ajenos a los procesos de producción y distribución de las mercancías básicas. Aquí los mejores ejemplos provienen de los cultos de cargo de Oceanía. En tercer lugar, están las mitologías producidas por los trabajadores que participan en el proceso de producción, quienes están completamente alejados de la lógica de la distribución y el consumo de las mercancías que ellos elaboran. Al respecto, los modernos mineros bolivianos del estaño, descritos por Michael Taussig en *The Devil and Commodity Fetichism in South America*, constituyen un excelente ejemplo. A continuación, examinaré brevemente cada una de estas variantes, comenzando por los mercados capitalistas de mercancías.

A primera vista, la esfera mercantil del moderno sistema mundial capitalista parece ser una gran máquina impersonal, gobernada por movimientos a gran escala de los precios, intereses institucionales complejos, y un carácter totalmente desmitificado, burocrático y autorregulado. En apariencia, nada se encuentra más alejado que esto respecto de los valores, los mecanismos y la ética de los flujos mercantiles en sociedades a pequeña escala. Con todo, esta impresión es falsa.

En este punto, debe quedar claro que el capitalismo no sólo representa un diseño tecno-económico, sino también un sistema cultural complejo con una historia muy particular en el Occidente moderno. Esta perspectiva, que siempre ha tenido exponentes distin-

guidos en la historia económica y social (Weber 1976; Sombart 1979; Nef 1958; Braudel 1984; López 1971; Thrisk 1978), ha recibido un nuevo impulso de los antropólogos y sociólogos de la cultura euroamericana (Baudrillard 1989; Bourdieu 1984; Douglas e Isherwood 1981; Mukerji 1983; Sahlins 1976).

El estudio del diseño cultural del capitalismo en su forma norteamericana ha sido emprendido con gran vigor durante la última década, y los historiadores, los antropólogos y los sociólogos están comenzando a elaborar un rico panorama de la cultura capitalista en los Estados Unidos (Collins 1979; DiMaggio 1982; Lears 1984; Marcus, en prensa; Schudson 1984). Aunque este amplio contexto está fuera del alcance del presente análisis, queda claro que el capitalismo es en sí mismo una formación cultural e histórica muy compleja, donde las mercancías y sus significados han desempeñado un papel fundamental. Un ejemplo de las peculiares y sorprendentes expresiones culturales del capitalismo moderno es el mercado de mercancías de entrega futura de los Estados Unidos el cual se desarrolló a mediados del siglo XIX y cuyo caso paradigmático es el intercambio de cereales de Chicago.

El comercio de mercancías a granel perdura como una parte extremadamente importante del comercio mundial y del sistema económico mundial (véase por ejemplo, Adams y Behrman 1982), y este comercio mercantil a gran escala permanece quizá como el terreno esencial donde pueden observarse las contradicciones del capitalismo internacional. Una de tales contradicciones es la existente entre la ideología librecambista del capitalismo clásico, y las diversas formas de proteccionismo, cárteles y acuerdos de regulación que restringen la libertad de acción de las coaliciones de productores (Nappi 1879). Los mercados de mercancías de entrega futura representan el espacio institucional donde los riesgos corridos por los flujos nacionales e internacionales de estas mercancías se negocian mediante la protección de unos y la especulación de otros. Los mercados de mercancías de entrega futura giran alrededor de un gran número de transacciones, que involucran la firma de contratos para comprar y vender mercancías en fechas futuras. Este comercio basado en contratos es un comercio de papel que rara vez implica intercambios reales de mercancías entre los comerciantes. Al igual que la bolsa de valores, estos mercados son torneos especulativos, donde la interacción entre el precio, el riesgo y el intercambio parece estar *totalmente* separada, desde la perspectiva del espectador, de todo el proceso de producción, distribución, venta y consumo. Se puede decir que la especulación de mercancías de entrega futura lleva a cabo una

disociación dramática entre el precio y el valor, donde este último carece de importancia. En este sentido, la lógica del comercio en las mercancías de entrega futura es, siguiendo a Marx, un tipo de metafetichización donde no sólo la mercancía se vuelve un sustituto de las relaciones sociales subyacentes, sino que también el movimiento de los *precios* se convierte en un sustituto autónomo del flujo de las mercancías mismas.

A pesar de que este doble plano de remoción de las relaciones sociales de producción e intercambio diferencia los mercados de mercancías de entrega futura de otras contiendas de valor, como aquéllas representadas en la kula, existen algunos paralelos interesantes y reveladores. En ambos casos, la contienda ocurre en una arena especial, aislada de la vida económica práctica y sujeta a reglas especiales. En ambos casos, lo que se intercambia son símbolos de valor, los cuales pueden transformarse en otros medios sólo a través de un conjunto complejo de procedimientos y en circunstancias inusuales. En ambos casos, hay formas específicas según las cuales la reproducción de la economía en su conjunto se articula con la estructura de la economía de contienda.

Con todo, quizá lo más importante sea que, en ambos casos, existe un espíritu agonístico, romántico, individualista y lúdico que se contrapone al espíritu del comportamiento económico cotidiano. El papel de la kula en la construcción de fama y prestigio para los habitantes de Oceanía es muy claro. Sin embargo, ocurre lo mismo en los mercados de mercancías de entrega futura. En la segunda mitad del siglo XIX, el "reñidero del trigo" (el mercado de cereales) en Chicago fue obviamente el escenario donde se incrementaba y decrecía la reputación de los individuos, donde tenían lugar competencias intensas y obsesivas entre sujetos específicos, y donde se exhibían arrogantes esfuerzos por parte de algunas personas para acaparar el mercado (Dies 1925 y 1975). A pesar de que este espíritu agonístico, obsesivo y romántico no ha desaparecido de los mercados, como lo indica el caso de los hermanos Hunt con respecto a la plata (Marcus, en prensa), la estructura moral, institucional y política que rige la especulación mercantil ha cambiado sustancialmente desde el siglo XIX. Por supuesto, existen muchas diferencias de escala, medios, contexto y objetivos entre la kula y los mercados de mercancías de entrega futura. Empero, las similitudes son reales y, como ya lo he apuntado, muchas sociedades crean terrenos especializados para las contiendas de valor, donde se comercian símbolos mercantiles especializados, y tal comercio influye, mediante las economías de estatus, poder o riqueza, en los flujos mercantiles más mundanos. El comercio

de reliquias, el mercado de mercancías de entrega futura, la kula, el potlatch y el *buzkashi* de Asia central (Azoy 1982) son ejemplos de tales "contiendas de valor". En cada caso, se necesita efectuar un análisis más exhaustivo de los modos de articulación de las economías de "contienda" con sus contextos mercantiles más rutinarios.

La mitología de la circulación generada en los mercados de mercancías (así como, de otras maneras, en los mercados de valores) es una mitología del rumor mezclada con información más confiable referida a las reservas mercantiles, las regulaciones gubernamentales, los cambios de estación, las variables del consumidor, los desarrollos intramercado (incluyendo la intención o los motivos divulgados por otros especuladores), etc. Esto constituye un escenario siempre cambiante (y potencialmente infinito) de variables que influyen en el precio. A pesar de que existen significativas mejoras en la base técnica para analizar y participar exitosamente en el mercado, persiste la búsqueda casi mágica de la fórmula (adivinatoria en vez de eficaz) que resulte ser de predicción infalible en materia de fluctuaciones de precios (Powers 1973: 47). La base estructural de esta mitología de circulación mercantil consiste en el hecho de que juega *indefinidamente* con la modificación de los precios; de que busca extinguir una serie inagotable de variables que influyen en el precio, y de que su preocupación por las mercancías es puramente *informativo* y *semiótica*, y está divorciada por completo del consumo. El deseo irracional de acaparar el mercado de cierta mercancía, la búsqueda no intuitiva de fórmulas mágicas para predecir los cambios de precios, la histeria colectiva controlada, todos ellos son productos de esta completa conversión de las mercancías en signos (Baudrillard 1989), los cuales son capaces de producir utilidades si se les manipula correctamente. La contraparte primitiva de este tipo de construcción mitológica y descontextuada de mercancías se encuentra en uno de los temas antropológicos fundamentales, a saber, los cultos de cargo, los cuales se multiplicaron en las sociedades carentes de Estado y ubicadas en el Pacífico, durante este siglo.

Los cultos de cargo son movimientos sociales de carácter profundo y milenarista centrado en el simbolismo de los bienes europeos. Se han verificado principalmente en el Pacífico, a partir de los primeros contactos coloniales, aunque tienen antecedentes precoloniales y analogías con otras sociedades. Han sido objeto de un exhaustivo análisis por parte de los antropólogos, quienes los conciben como fenómenos psicológicos, religiosos, económicos y políticos. A pesar de que existe una considerable variación en la interpretación antropológica de estos movimientos, la mayoría de los observadores concuerda en que el

surgimiento de los cultos de cargo en las tempranas sociedades coloniales del Pacífico está vinculado a la transformación de las relaciones de producción en ese nuevo contexto; la incapacidad de los nativos para comprar los novedosos y atractivos bienes europeos; el arribo de un nuevo sistema teológico y cosmológico a través de los misioneros, y la ambivalencia resultante con respecto a las formas rituales indígenas. La consecuencia de ello fue la aparición de una serie de movimientos diseminados a lo largo de Oceanía (y, después en Melanesia), cuyo éxito, duración y fuerza fueron desiguales. Tales movimientos imitaban y protestaban en contra de las formas sociales y rituales europeas, y adoptaban posturas ya sea fuertemente opuestas o bien fuertemente restauradoras en relación con sus propios mitos y ritos de prosperidad e intercambio. En el simbolismo de muchos de estos movimientos, desempeñó un papel importante la promesa del líder-profeta referida al arribo de bienes valiosos europeos (por avión o por barco) y a su "diseminación" entre los verdaderos creyentes.

Es difícil cuestionar la argumentación de Worsely (1957) y otros en el sentido de que el simbolismo de la llegada misteriosa de bienes europeos tiene mucho que ver con la distorsión de las relaciones indígenas de intercambio durante el dominio colonial, y con la percepción nativa de la contradicción aparente entre la riqueza de los europeos (a pesar de su mínimo esfuerzo) y la pobreza aborigen (a pesar de su arduo trabajo). No es sorprendente, dada su repentina sujeción al complejo sistema económico internacional del cual sólo percibían pocos y misteriosos aspectos, que su respuesta fuera en ocasiones el intento de duplicar lo que consideraban el modo mágico de producción de esos bienes.

Cuando observamos el simbolismo y la práctica ritual de estos movimientos, es posible advertir que constituyen no sólo un mito acerca de los orígenes de las mercancías europeas, sino también un intento de duplicar ritualmente lo que se percibía como modalidades sociales de la vida europea. Tal es el significado del uso de formas, giros idiomáticos, títulos, etc., de la milicia europea por parte de estos movimientos. Aunque ordenada con frecuencia según patrones indígenas, la práctica ritual de los cultos de cargo no fue en muchos casos más que un esfuerzo masivo por imitar aquellas formas sociales europeas que parecían más favorables para la producción de bienes europeos. En este tipo de fetichismo invertido, lo que se duplicaba era aquello que se consideraba como las formas sociales y lingüísticas europeas más eficaces, con el propósito de incrementar la probabilidad del arribo de las mercancías europeas. Empero, Glynn Cochrane (1970) nos recuerda que estos cultos —aunque distorsio-

nados— no perseguían la obtención de *todas* las mercancías europeas, sino sólo la de aquéllas que eran vistas como particularmente propicias para el mantenimiento de las desigualdades de estatus en las sociedades locales. Asimismo, los cultos de cargo representan una mitología específica de producción europea de bienes terminados, concebida por los nativos involucrados en la producción de mercancías primarias dirigidas al comercio mundial, así como el rito asociado imitativo y de renovación. Las mercancías incluidas en el cargo, del mismo modo que los objetos valiosos de la kula y otras formas indígenas de intercambio especializado, son consideradas como metonímicas de todo el sistema de poder, prosperidad y estatus. Las creencias del cargo constituyen un ejemplo extremo de las teorías que suelen proliferar cuando los consumidores se mantienen completamente ignorantes de las condiciones de producción y distribución de las mercancías, y carecen de un acceso libre a ellas. Tal privación crea las mitologías del consumidor alienado, de manera similar a aquella en que los modernos mercados capitalistas generan las mitologías del comerciante alienado. Por último, abordaremos la tercera variante: las mitologías de los productores al servicio de las fuerzas de la demanda y la distribución que se hallan fuera de su control y más allá de su universo de conocimiento.

Para este tipo de mitología, la mejor descripción con la cual contamos es el trabajo de Taussig sobre el cambio del simbolismo demoniaco entre los mineros bolivianos del estaño, ocurrido a partir de la llegada de los españoles (Taussig 1980). El relato discurre brevemente como sigue. Antes de la llegada de los españoles, la minería era una actividad a pequeña escala manejada como monopolio estatal. Con el arribo de los españoles, la minería se convirtió en el fundamento voraz de la economía colonial, la causa del trastorno masivo y de la incrementada mortalidad entre la población de indios aimaraes de Bolivia. La minería había involucrado siempre el rito y la magia, pero sólo después de la conquista española implicó al espíritu del mal, simbolizado en la figura llamada Tío, entendido en el nuevo idioma cristiano como el demonio, quien era considerado el espíritu propietario de las minas. La figura demoniaca vino a representar a todas las fuerzas extrañas de la nueva economía capitalista, a la cual los mineros simultáneamente temían, odiaban y servían, en oposición a sus formas tradicionales de economía recíproca. Atrapados entre, por una parte, el control estatal de la producción y el mercado internacional y, por la otra, el demonio, desarrollaron un rito que refleja las ambigüedades y contradicciones de una práctica económica que nada en las aguas de dos mundos incompatibles:

> De hecho, la extensa cadena de intercambios efectuados en los Andes es ésta: los campesinos intercambian obsequios con el espíritu propietario; éste convierte esos regalos en el metal precioso; los mineros extraen este metal, que sólo "encuentran" cuando han realizado ritos de intercambio de obsequios con el espíritu; el trabajo de los mineros, encarnado en el mineral de estaño, se vende como mercancía a los propietarios y patrones legales; éstos últimos venden el mineral en el mercado internacional. Así, el intercambio recíproco de obsequios finaliza como intercambio mercantil; situados entre el demonio y el Estado, los mineros median esa transformación. Este círculo asegura la esterilidad y la muerte, en lugar de la fertilidad y la prosperidad. Está basado en la transformación de la reciprocidad en intercambio mercantil. (Taussig 1980: 224.)

Los ritos de producción en las minas de estaño de Bolivia y su mitología asociada no constituyen un simple remanente de ritos campesinos de producción. Reflejan las tensiones de una sociedad donde la mercantilización no se ha vuelto un lugar común, donde el fetichismo de las mercancías, debido a esta hegemonía incompleta, se considera maligno y peligroso y, en consecuencia, tiene lugar un intento paradójico de envolver al demonio en ritos recíprocos. Este no es el fetichismo mercantil en el clásico sentido marxista (donde los productos esconden y representan relaciones sociales), sino un fetichismo más literal, en el cual la mercancía, iconizada como el demonio, se convierte en el pivote de un conjunto de transacciones rituales dirigidas a eclipsar los riesgos cosmológicos y físicos de la minería. En esta mitología de productores/extractores alienados, las fuentes impersonales e invisibles de control (el Estado) y la demanda (el mercado mundial) se concentran en un icono de peligro y avidez, metáforas sociales de la economía mercantil. A pesar de que la descripción de Taussig, como la de Gregory y muchos otros, tiende a sobrestimar el contraste entre la economía de obsequios y la economía de mercancías, constituye un relato persuasivo del fetichismo mercantil literal que parece acompañar a la producción de mercancías primarias destinadas a mercados desconocidos e incontrolables.

En cada uno de los ejemplos examinados, las mercancías de entrega futura, los cultos de cargo y la mitología minera, las percepciones mitológicas de la circulación mercantil se generan como resultado del alejamiento, la indiferencia o la ignorancia de los participantes con respecto a todos los aspectos, salvo uno de ellos, involucrados en la trayectoria económica de la mercancía. Aislado ya sea en la producción, en el mercado especulativo o en el lugar de consumo del flujo mercantil, el conocimiento técnico tiende a subordinarse rápidamente ante teorías subculturales más idiosincrásicas acerca de los oríge-

nes y destinos de las cosas. Se trata de algunos ejemplos de las numerosas formas que puede adoptar el fetichismo de las mercancías cuando existen marcadas desigualdades en la distribución del conocimiento relacionado con la trayectoria de la circulación mercantil.

Resta un último aspecto por analizar acerca de la relación entre conocimiento y mercancías, el cual nos recuerda que la comparación de las sociedades capitalistas con otros tipos de sociedades es una cuestión complicada. En las sociedades capitalistas complejas, no sólo se trata del caso de que el conocimiento esté segmentado (aun fragmentado) entre los productores, distribuidores, especuladores y consumidores (y entre las diferentes subcategorías de ellos). El hecho es que el conocimiento sobre las mercancías se ha mercantilizado. Tal mercantilización del conocimiento relacionado con las mercancías forma parte, por supuesto, del problema más amplio de la economía política de la cultura (Collins 1979), donde la experiencia, el credencialismo y el ascentismo intelectual (Bourdieu 1984) desempeñan distintos papeles. Así, aunque en las economías más simples existe un complejo intercambio de cosas, sólo con base en la creciente diferenciación social, técnica y conceptual podemos hablar de un *intercambio de criterios* con respecto a las cosas. Es decir, sólo en esta última situación se generaliza la compraventa de experiencia con respecto a lo apropiadamente técnico, social y estético en materia de mercancías. Desde luego, semejante intercambio de criterios mercantiles no es exclusivo de las sociedades capitalistas, pero existen sólidas evidencias de que en tales sociedades este intercambio es más denso.

Además, en las economías capitalistas contemporáneas, es difícil separar la mercantilización de los bienes de aquélla de los servicios. De hecho, la rutinaria unión de bienes y servicios representa en sí misma una herencia de la economía neoclásica. Esto no quiere decir que los servicios (sexuales, ocupacionales, rituales o emocionales) estén completamente fuera del dominio de la mercantilización en las sociedades no capitalistas. Sin embargo, sólo en las complejas economías postindustriales los servicios constituyen un rasgo dominante e incluso determinante del mundo del intercambio mercantil. Con todo, un análisis comparativo profundo de la dimensión mercantil integrada por los servicios es una labor que el presente libro sólo puede estimular.

Empero, quizá el mejor ejemplo de la relación entre conocimiento y control de la demanda lo suministra el papel desempeñado por la publicidad en las sociedades capitalistas contemporáneas. Se ha escrito mucho acerca de este importante tópico, y en Estados Unidos existen signos de un renovado debate acerca de la efectividad funcio-

nal de la publicidad. En un reciente estudio ampliamente divulgado, Michael Schudson (1984) ha cuestionado los análisis neomarxistas de la manipulación del consumidor mediante la publicidad. Señala que las imágenes textuales y gráficas producidas por la maquinaria publicitaria pueden considerarse una especie de "realismo capitalista", una forma de representación cultural de las virtudes del modo de vida capitalista, en lugar de concebirlas como técnicas seductoras de actos específicos de consumo. La adulación con que los publicistas han recibido este argumento constituye una fuente de dudas circunstanciales sobre la tesis en cuestión. Lo que sucede es que cualquier análisis decisivo de los efectos de la publicidad debe examinar las imágenes de la publicidad de acuerdo con las ideas cambiantes en materia de arte, diseño, estilo de vida y distinción, a fin de desenmarañar el papel desempeñado por este tipo de "realismo capitalista" en la movilización social de la demanda (Hebdige 1983; Bourdieu 1984).

No obstante, vale la pena incluir una observación acerca de la publicidad, la cual resulta pertinente en nuestra argumentación. Cualquiera que sea la efectividad de la publicidad para asegurar el éxito de un producto específico, parece cierto que los modos contemporáneos de representación en el campo de la publicidad (sobre todo la transmitida por televisión) comparten cierta estrategia. Esta consiste en tomar productos perfectamente ordinarios, producidos en masa, baratos e incluso de mala calidad, y presentarlos como artículos deseables-pero-asequibles (según la terminología de Simmel). Bienes del todo ordinarios son colocados en una especie de zona pseudoaislada, *como si* no estuvieran al alcance de cualquiera que pudiese pagar su precio. Las imágenes ampliamente sociales que crean esta ilusión de exclusividad pueden interpretarse como el fetichismo del consumidor, en lugar de aquel de la mercancía. Las imágenes de sociabilidad (pertenencia, atractivo sexual, poder, distinción, salud, fraternidad, camaradería) que subyacen a buena parte de la publicidad se centran en la transformación del consumidor, al grado de que la mercancía específica en venta es casi una idea tardía. Esta inversión doble de la relación entre las personas y las cosas puede considerarse la jugada cultural fundamental del capitalismo avanzado.

La relación entre conocimiento y mercancías tiene muchas dimensiones que no se han analizado aquí. Sin embargo, para nuestros fines, el aspecto esencial es éste: en cuanto las mercancías viajan a mayores distancias (institucionales, espaciales o temporales), el conocimiento acerca de ellas tiende a volverse parcial, contradictorio y diferenciado; pero, esta diferenciación puede en sí misma (a través de los mecanis-

mos de contiendas de valor, autenticación o deseo frustrado) llevar a la intensificación de la demanda. Si concebimos el mundo de las mercancías como una serie cambiante de rutas mercantiles locales (reguladas culturalmente), advertimos que las políticas de desviación y enclave están vinculadas con frecuencia a la posibilidad o la realidad de intercambios mercantiles con otros sistemas más distantes. En cada nivel donde un sistema pequeño interactúa con otro más grande, la interrelación de conocimiento e ignorancia sirve como un filtro, el cual facilita el flujo de ciertas cosas y obstaculiza el movimiento de otras. En este sentido, aun los ecumenes mercantiles más grandes son producto de interacciones complejas entre los sistemas de demanda locales, políticamente mediados.

CONCLUSIÓN: POLÍTICA Y VALOR

Además de conocer cierta información moderadamente inusual y considerarla desde un punto de vista poco convencional, ¿existe algún beneficio general en concebir la vida social de las cosas del modo propuesto en este ensayo? ¿Qué aspecto nuevo nos ofrece esta perspectiva en relación con el valor y el intercambio en la vida social? ¿Qué sentido tiene adoptar la posición heurística de que las mercancías existen en todas partes y que el espíritu del intercambio mercantil no está completamente divorciado del espíritu de otras formas de intercambio?

Para responder estas preguntas, no haré una revisión tediosa de las principales observaciones planteadas a lo largo de este ensayo, sino que iré directamente a la esencia de mi propuesta. Este ensayo partió de la perspectiva de Simmel, a saber, que el intercambio es la fuente del valor y no a la inversa. Los ensayos contenidos en este volumen nos permiten añadir una dimensión crítica a la intuición más bien abstracta de Simmel acerca de la génesis social del valor.

La *política* (en el amplio sentido de las relaciones, presupuestos y luchas concernientes al poder) es lo que une valor e intercambio en la vida social de las mercancías. Este hecho no es visible en los intercambios mundanos, cotidianos y a pequeña escala de las cosas que se verifican en la vida común, ya que el intercambio parece tan rutinario y convencionalizado como todos los comportamientos habituales. Sin embargo, estos abundantes tratos ordinarios no serían posibles, si no fuese por un vasto conjunto de acuerdos relativos a qué es deseable, qué implica un "intercambio razonable de sacrificios", a quién está permitido ejercer qué tipo de demanda

efectiva y en cuáles circunstancias. En este proceso, lo político no es sólo el hecho de que significa y constituye relaciones de privilegio y control social, sino también la tensión constante entre las estructuras existentes (de precio, de regateo, etc.) y la tendencia de las mercancías a quebrantar dichas estructuras. Esta tensión se origina en el hecho de que no todas las partes comparten los mismos *intereses* en ningún régimen de valor específico, ni los intereses son idénticos para cualquiera de las dos partes involucradas en un intercambio determinado.

En la cima de muchas sociedades, tenemos la política de las contiendas de valor y de las desviaciones calculadas, que pueden llevar a nuevas rutas de flujo mercantil. En tanto expresiones de los intereses de las élites en relación con la gente común, se halla la política de la moda, de la ley suntuaria y del tabú, todas las cuales regulan la demanda. Sin embargo, como las mercancías rebasan constantemente las fronteras de las culturas particulares (y, por tanto, de los regímenes específicos de valor), tal control político de la demanda siempre está amenazado por alteraciones. En una sorprendente variedad de sociedades, es posible presenciar la paradoja siguiente: a los detentadores del poder les interesa congelar completamente el flujo mercantil, creando un universo cerrado de mercancías y un conjunto rígido de regulaciones sobre el movimiento de éstas. A pesar de ello, la naturaleza misma de la competencia entre aquellos que poseen el poder (o entre aquellos que aspiran a tener un mayor poder) tiende a provocar un relajamiento de tales regulaciones y una expansión del conjunto de mercancías. Este aspecto de la política de la élite es a menudo el caballo de Troya de los cambios del valor. En lo que se refiere a las mercancías, el origen de la política es la tensión entre estas dos tendencias.

Hemos visto que la política en cuestión puede adoptar muchas formas: la política de la desviación y la ostentación; la política de la autenticidad y la autenticación; la política del conocimiento y la ignorancia; la política de la experiencia y el control suntuario; la política de la peritación y la demanda deliberadamente movilizada. Los altibajos de las interrelaciones e intrarrelaciones de estas diversas dimensiones de la política explican los caprichos de la demanda. En este sentido, la política es el vínculo entre los regímenes de valor y los flujos específicos de mercancías. A partir de Marx y los primeros economistas políticos, desaparecieron muchos misterios en torno a la relación entre política y producción. Hoy día, estamos en una mejor posición para desmistificar la esfera de la demanda de la vida económica.

NOTAS

Este ensayo fue escrito cuando el autor era catedrático becado del Centro de Estudios Avanzados en Ciencias del Comportamiento, en Stanford, California, durante 1984-1985. Agradezco el apoyo financiero de la Fundación Nacional de Ciencias, núm. BNS 8011494, del centro antes citado y la pensión sabática de la Universidad de Pensilvania.

Durante la planeación y redacción de este ensayo, acumulé muchas deudas, que me complaceré en reconocer aquí. Además de los colaboradores de este volumen, otras personas proporcionaron, en 1983-1984 y en la Universidad de Pensilvania ensayos acerca de las mercancías; estos autores, que me ofrecieron mucho material sobre el cual reflexionar, son los siguientes: Marcello Carmagnani, Philip Curtin, Mary Douglas, Richard Goldthwaite, Stephen Gudeman, George Marcus, Jane Schneider, Anthony Wallace y Annette Weiner. Los participantes y comentaristas de las varias sesiones del Taller de Etnohistoria de la Universidad de Pensilvania, verificadas en 1983-1984, y del Simposio sobre mercancías y cultura, efectuado en mayo de 1984, enriquecieron mis ideas. El ensayo de Igor Kopytoff incluido en el presente volumen constituye la más reciente aportación que ha brindado a mi perspectiva acerca de las mercancías.

Las primeras versiones de este ensayo fueron presentadas en el Centro de Estudios Avanzados en Ciencias del Comportamiento y en el Departamento de Antropología de la Universidad de Stanford. En ambos contextos, las siguientes personas hicieron útiles críticas y sugerencias: Paul DiMaggio, Donald Donham, Michael Epelbaum, Ulf Hannerz, Virginia Held, David Hollinger, Mary Ryan, G. William Skinner, Burton Stein, Dennis Thompson, Pierre van den Berghe y Aram Yengoyan. Por último, Carol A. Breckenridge me ofreció, como siempre, claridad, estímulo y un agudo ojo crítico.

[1]Estoy consciente de que, al partir del intercambio estoy oponiéndome a una corriente de la nueva antropología económica, que ha querido cambiar el centro de atención hacia, por un lado, la *producción* y por el otro, el *consumo*. Esta corriente constituye una respuesta justificada a la excesiva preocupación en el intercambio y la circulación. Sin embargo, el ángulo mercantil promete iluminar aspectos en el estudio del intercambio que han comenzado a verse como aburridos o incorregiblemente misteriosos.

[2]En Alfred Schmidt (1976: 77) se halla una crítica similar en contra de la tendencia "idealista" de los estudios marxistas, la cual promueve la perspectiva de que "...Marx habría resuelto todas las categorías económicas en relaciones entre los hombres y que, por lo tanto, no habría en el mundo cosas corpóreas y materiales, sino sólo relaciones y procesos". Evidentemente, la adopción descuidada de *este* punto de vista puede conducir a exageraciones de tipo "vulgar".

[3]El uso de términos como "interés" y "cálculo" ocasiona problemas importantes acerca del estudio comparativo de la valoración, el intercambio, el comercio y los obsequios. A pesar de que es grave el peligro de exportar presuposiciones y modelos utilitarios (así como sus parientes, el economismo y el individualismo euroamericano), resulta igualmente tendencioso reservar para el hombre occidental el "interés" en el toma y daca de la vida material. Lo que se necesita, y aún es inexistente, excepto en embrión (véase Medick y Sabean 1984), es un marco para el estudio comparativo de las economías, en donde la variabilidad cultural del "yo", la "persona" y el "individuo" (de acuerdo con Geertz y Dumont) se una al estudio comparativo del cálculo (siguiendo a Bourdieu) y del interés (siguiendo a Sahlins). Sólo después de haber desarrollado dicho marco, podremos estudiar de un modo genuinamente comparativo los motivos, los instrumentos y el carácter distinto de la actividad económica.

[4]Simmel (1978: 138), en un contexto muy distinto, anticipa la noción de que las cosas se mueven dentro y fuera del estado mercantil, y enfatiza su herencia aristotélica.

[5]Gray (1984) realiza un excelente análisis, aunque influido por Simmel, sobre las divergencias de valor que pueden moldear la naturaleza del intercambio efectuado a través de confines culturales. Su estudio de las subastas de corderos en la zona fronteriza angloescocesa representa un útil ejemplo etnográfico de lo que he denominado contiendas de valor.

[6]Estoy en deuda con Graburn (1976), cuyo uso de la terminología original de Maquet, en su clasificación de arte étnico y turístico, inspiró mi propia adaptación.

[7]El uso de Marriott (1968), en un contexto muy distinto, del concepto de contiendas de rango estimuló mi acuñación del término contiendas de valor.

[8]En su reciente análisis de las ferias y exposiciones mundiales, Burton Benedict (1983: 6) destaca los elementos de rivalidad, ostentación competitiva y estatus político, constitutivos de tales eventos.

[9]Simmel (1957) presenta un original estudio de la lógica cultural de la moda. Véase también la referencia al análisis de Bouglé, referido a los patrones de consumo en las aldeas hindúes, que aparece en el ensayo de Christopher Bayly, incluido en este volumen, y Max Weber (1978).

[10]Un excelente ejemplo de este proceso aparece en Hencken (1981).

[11]Mi uso del término ecumene es una modificación un tanto idiosincrásica de la utilización que Marshall Hodgson hace de ese término en *The Venture of Islam* (1974).

[12]Compárese esto con la noción de Alsop (1981) referida a que la colección de arte invariablemente "arranca" las cosas coleccionables de sus contextos originarios de uso y las despoja de su propósito social significante.

[13]Vale la pena destacar que, a pesar de su oposición superficial, existe una profunda afinidad entre comercio y arte, al menos desde el punto de vista de la vida material de las sociedades más simples. Ambos involucran lo que puede llamarse la *intensificación de la objetivación*, aunque de distintas maneras. El arte turístico se basa en esta cercana afinidad.

[14]Para una descripción fascinante del papel desempeñado por las prendas de vestir en una sociología colonial del conocimiento de la India, véase Cohn (en prensa).

REFERENCIAS

Adams, F.G. y J.R. Behrman
1982, *Commodity Exports and Economic Development*, Lexington, Mass., Lexington Books.

Alsop, J.
1981, *The Rare Art Traditions: A History of Art Collecting and Its Linked Phenomena*, Princeton, N.J., Princeton University Press.

Azoy, G.W.
1982, *Buzkashi: Game and Power in Afghanistan*, Filadelfia, University of Pennsylvania Press.

Baudrillard, J.
1969, *El sistema de los objetos*, México, Siglo XXI Editores. (Versión original francesa, 1968.)
1980, *El espejo de la producción o la ilusión del materialismo histórico*, Barcelona, Gedisa. (Versión inglesa, 1975.)

1989, *Crítica de la economía política del signo*, México, Siglo XXI Editores. (Versión original francesa, 1972.)

Benedict, B.
1983, *The Anthropology of World's Fairs: San Francisco's Panama Pacific International Exposition of 1915*, Londres, Scolar Press.

Benjamin, Walter
1968, "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction", en Arendt, comp., *Illuminations*, pp. 219-223, Nueva York, Harcourt, Brace. (Versión original, 1936.)

Bohannan, P.
1955, "Some Principles of Exhange and Investment among the Tiv", *American Anthropologist* 57, 60-70.

Bourdieu, P.
1977, *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge, Cambridge University Press.
1984, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge, Mass., Harvard University Press.

Braudel, F.
1984, *Civilización material, economía y capitalismo (siglos XV-XVII). Vol. 2: Los juegos del intercambio*, Madrid, Alianza, Obra en 3 vols.

Breckenridge, C.
1984, *The Subject of Objects: The Making of a Colonial High Culture*, inédito.

Campbell, S.F.
1983, "Kula in Vakuta: The Mechanics of Keda", en J.W. Leach y E. Leach, comps., *The Kula: New Perspectives on Massim Exchange*, pp. 201-227, Cambridge, Cambridge University Press.

Cassady, R. (Jr.)
1974, *Exchange by Private Treaty*, Austin, Oficina de Investigaciones sobre Comercio de la Universidad de Texas.

Cochrane, G.
1970, *Big Men and Cargo Cults*, Oxford, Clarendon Press.

Cohn, B.S.
Cloth, Clothes, and Colonialism: India in the Nineteenth Century, en prensa.

Collins, R.
1979, *The Credential Society: A Historical Sociology of Education and Stratification*, Nueva York, Academic Press.

Curtin, P.
1984, *Cross-Cultural Trade in World History*, Cambridge, Cambridge University Press.
Chapman, A.
1980, Barter as a Universal Mode of Exchange, *L'Home* 20, 3, 33-83.
Dalton, G.
1978, "The Impact of Colonization on Aboriginal Economies in Stateless Societies", en G. Dalton, comp., *Research in Economic Anthropology*, vol. 1, pp. 131-184, Greenwich, Conn., JAI Press.
Damon, F.H.
1983, "What Moves the Kula: Opening and Closing Gifts on Woodlark Island", en J.W. Leach y E. Leach, comps., *The Kula: New Perspectives on Massim Exchange*, pp. 309-342, Cambridge, Cambridge University Press.
Dies, E.J.
1925, *The Wheat Pit*, Chicago, Argyle Press.
1975, *The Plunger: A Tale of the Wheat Pit*, Nueva York, Arno Press. (Versión original, 1929.)
DiMaggio, P.
1982, Cultural Entrepreneurship in Nineteenth-Century Boston: "The Creation of an Organizational Base for High Culture in America", *Media, Culture and Society*, 4, 33-50 y 303-322.
Douglas, M.
1967, "Primitive Rationing: A Study in Controlled Exchange", en R. Firth, comp., *Themes in Economic Anthropology*, pp. 119-147, Londres, Tavistock.
Douglas, M. y Baron Isherwood
1981, *The World of Goods*, Nueva York, Basic Books.
Dumont, L.
1980, On Value (conferencia sobre Radcliffe-Brown), *Proceedings of the British Academy*, LXVI, pp. 207-241. Londres, Oxford University Press.
Evans-Pritchard, E.E.
1976, *Brujería, magia y oráculos entre los azande*, Barcelona, Anagrama.
Firth, R.
1983, "Magnitudes and Values in Kula Exchange", en J.W. Leach y E. Leach, comps., *The Kula: New Perspectives on Massim Exchange*, pp. 89-102. Cambridge, Cambridge University Press.

Geertz, C.
1979, "Suq: The Bazaar Economy in Sefrou", en C. Geertz, H. Geertz y L. Rosen, *Meaning and Order in Moroccan Society*, pp. 123-310, Cambridge, Cambridge University Press.
1980, "Ports of Trade in Nineteenth-Century Bali", en George Dalton, comp., *Research in Economic Anthropology*, vol. 3, pp. 119-122, Greenwich, Conn., JAI Press.
Gluckman, M.
1983, "Essays on Lozi Land and Royal Property", en George Dalton, comp., *Research in Economic Anthropology*, vol. 5, pp. 1-94, Greenwich, Conn., JAI Press. (Versión original, 1943.)
Goldthwaite, R.
1983, *The Empire of Things: Consumer Culture in Italy*, Trabajo presentado ante el Taller de Etnohistoria, de la Universidad de Pensilvania, el 10 de noviembre de 1983.
Graburn, N.H., comp.
1976, *Ethnic and Tourist Arts*, Berkeley, University of California Press.
Gray, J.N.
1984, "Lamb Auctions on the Borders", *European Journal of Sociology*, 25, 1, 59-82.
Gregory, C.A.
1982, *Gifts and Commodities*, Londres, Academic Press.
Gudeman, S.
1983, *Rice and Sugar in Panama: Local Models of Change*, Trabajo presentado ante el Taller de Etnohistoria, de la Universidad de Pensilvania, el 6 de octubre de 1983.
Hart, K.
1982, "On Commoditization", en Esther Goody, comp., *From Craft to Industry: The Ethnography of Proto-Industrial Cloth Production*, Cambridge, Cambridge University Press.
Hebdige, D.
1983, "Travelling Light: One Route into Material Culture", RAIN (*Royal Anthropological Institute News*), 59, 11-13.
Hencken, H.
1981, "How the Peabody Museum Acquired the Mecklenburg Collection", *Symbols*, pp. 2-3, Museo Peabody, Universidad de Harvard, otoño.
Hodgson, M.
1974, *The Venture of Islam: Conscience and History in World Civilization*, 3 vol. Chicago, University of Chicago Press.

Hyde, L.
1979, *The Gift: Imagination and the Erotic Life of Property,* Nueva York, Random House.
Leach, E.
1983, "The Kula: An Alternative View", en J.W. Leach y E. Leach, comps., *The Kula: New Perspectives on Massim Exchange,* pp. 529-538, Cambridge, Cambridge University Press.
Leach, J.W. y E. Leach, comps.
1983, *The Kula: New Perspectives on Massim Exchange*, Cambridge, Cambridge University Press.
Lears, T.J.
1981, *No Place of Grace: Anti-Modernism and the Transformation of American Culture, 1880-1920,* Nueva York, Pantheon.
López, R.S.
1971, *The Commercial Revolution of the Middle Ages, 950-1350,* Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall.
Malinowski, B.
1973, *Los argonautas del Pacífico Occidental: un estudio sobre comercio y aventura entre los indígenas de los archipiélagos de la Nueva Guinea melanésica*, Barcelona, Península.
Marcus, G.
"Spending: The Hunts, Silver, and Dynastic Families in America", *European Journal of Sociology,* en prensa.
Marriot, M.
1968, "Caste-Ranking and Food Transactions: A Matrix Analysis, en M. Singer y B.S. Cohn, comps., *Structure and Change in Indian Society*, pp. 133-171, Chicago, Aldine.
Marx, K.
1975, *El capital, Crítica de la economía política. Libro primero: el proceso de producción del capital,* México, Siglo XXI Editores, (Versión original, 1867.)
1978, *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse). 1857-1858,* México, Siglo XXI Editores.
Mauss, M.
1976, *The Gift*, Nueva York, Norton.
Medick, H. y D. Sabean, comps.
1984, *Interest and Emotion: Essays on the Study of Family and Kinship*, Cambridge, Cambridge University Press, París, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.
Miller, D., comp.
1983, "Things Ain't What They Used to Be", RAIN *(Royal Anthropological Institute News)*, 59, 5-7.

Mintz, Sidney W.
1980, "Time, Sugar, and Sweetness", *Marxist perspectives*, 2, 4, 56-73.
Mukerji, C.
1983, *From Graven Images: Patterns of Modern Materialism*, Nueva York, Columbia University Press.
Munn, Nancy D.
1977, "The Spatiotemporal Transformation of Gawa Canoes", *Journal de la Société des Océanistes*, 33, 54-55, 39-53.
1983, "Gawan Kula: Spatiotemporal Control and the Symbolism of Influence", en J.W. Leach y E. Leach, comps., *The Kula: New Perspectives on Massim Exchange*, pp. 277-308, Cambridge, Cambridge University Press.
Nappi, C.
1979, *Commodity Market Controls: A Historical Review*, Lexington, Mass., Lexington Books.
Nef, John
1958, *Cultural Foundations of Industrial Civilization*, Nueva York, Harper.
Perlin, F.
1983, "Proto-Industrialization and Pre-Colonial South Asia", en *Past and Present*, 98, 30-94.
Powers, M.J.
1973, *Getting Started in Commodity Futures Trading*, Columbia, Md., Investor Publications.
Price, J.A.
1980, "The Silent Trade", en G. Dalton, comp., *Research in Economic Anthropology*, vol. 3, pp. 75-96, Greenwich, Conn., JAI Press.
Sahlins, M.
1972, *Stone Age Economics*, Nueva York, Aldine.
1976, *Culture and Practical Reason*, Chicago, Chicago University Press.
1981, *Historical Metaphors and Mythical Realities: Structure in the Early History of the Sandwich Islands Kingdom*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
Schmidt, A.
1976, *El concepto de naturaleza en Marx*, México, Siglo XXI Editores. (Versión original, 1962.)
Schudson, M.
1984, *Advertising, the Uneasy Persuasion: Its Dubious Impact on American Society*, Nueva York, Basic Books.

Seddon, D., comp.
1978, *Relations of Production: Marxist Approaches to Economic Anthropology*, Londres, Frank Cass.
Simmel, G.
1957, "Fashion", en *American Journal of Sociology*, LXII, 6, 541-558.
1978, *The Philosophy of Money*, Londres, Routledge.
Sombart, W.
1979, *Lujo y capitalismo*, Madrid, Alianza. (Versión original, 1912.)
Sraffa, P.
1965, *Producción de mercancías por medio de mercancías. Preludio a una crítica de la teoría económica*, Barcelona, Oikos-Tau.
Stewart, S.
1984, *On Longing: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.
Strathern, A.J.
1983, "The Kula in Comparative Perspective", en J.W. Leach y E. Leach, comps., *The Kula: New Perspectives on Massim Exchange*, pp. 73-88, Cambridge, Cambridge University Press.
Swallow, D.
1982, "Production and Control in the Indian Garment Export Industry", en E. Goody, comp., *From Craft to Industry: The Ethnography of Proto-Industrial Cloth Production*, pp. 133-165, Cambridge, Cambridge University Press.
Tambiah, S.J.
1984, *The Buddhist Sainsts of the Forest and the Cult of Amulets*, Cambridge, Cambridge University Press.
Taussig, M.T.
1980, *The Devil and Commodity Fetichism in South American*, Chapel Hill, University of North Carolina Press.
Thirsk, J.
1978, *Economic Policy and Projects*, Oxford, Clarendon Press.
Thompson, M.
1976, *Rubbish Theory*, Oxford, Oxford University Press.
Uberoi, J.P.S.
1962, *Politics of the Kula Ring*, Manchester, Manchester University Press.
Weber, M.
1976, *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Buenos Aires, Editorial Diez. (Versión original, 1904-1905.)

1978, "Classes, Status Groups and Parties", en W.G. Runciman, comp., *Max Weber: Selections in Translation*, pp. 43-61, Cambridge, Cambridge University Press.

Weiner, A.B.

1983, "A World of Made Is Not a World of Born: Doing Kula on Kiriwana", en J.W. Leach y E. Leach, comps., *The Kula: New Perspectives on Massim Exchange,* pp. 147-170, Cambridge, Cambridge University Press.

Wolf, E.

1982, *Europe and the People Without History*, Berkeley, University of California Press.

II. LA BIOGRAFÍA CULTURAL DE LAS COSAS: LA MERCANTILIZACIÓN COMO PROCESO

IGOR KOPYTOFF

Según los economistas, las mercancías simplemente son. Es decir, ciertas cosas y derechos sobre las cosas son producidos, existen, y circulan a través del sistema económico, en cuanto son intercambiados por otras cosas, usualmente por dinero. Desde luego, esta perspectiva enmarca la definición propia del sentido común de mercancía: un artículo que posee valor de uso y valor de cambio. Por el momento, aceptaré esta definición, la cual basta para destacar ciertos temas preliminares, y la iré ampliando hasta donde la argumentación lo permita.

Desde el punto de vista cultural, la producción de mercancías es también un proceso cultural y cognoscitivo: las mercancías no sólo deben producirse materialmente como cosas, sino que también deben estar marcadas culturalmente como un tipo particular de cosas. De la gama total de cosas disponibles en una sociedad, sólo algunas de ellas se consideran apropiadas para ser clasificadas como mercancías. Además, la misma cosa puede concebirse como mercancía en cierto momento, pero no en otro. Por último, la misma cosa puede ser vista simultáneamente como una mercancía por una persona y como algo distinto por otra. Estos cambios y diferencias en materia de cuándo y cómo una cosa se convierte en mercancía revelan la economía moral que está detrás de la economía objetiva de las transacciones visibles.

DE PERSONAS Y COSAS

En el pensamiento occidental contemporáneo, damos más o menos por sentado que las cosas —los objetos físicos y los derechos sobre ellos— representan el universo natural de las mercancías. En el extremo opuesto, colocamos a las personas, quienes representan el universo natural de individualización y singularización. Esta polaridad conceptual de personas individualizadas y cosas mercantilizadas es reciente y, culturalmente hablando, excepcional. Las personas pueden ser y han sido mercantilizadas una y otra vez en incontables sociedades a lo largo de la historia, mediante aquellas instituciones ampliamente difundidas y conocidas con el término general de "esclavitud". En consecuencia, es útil aproximarse a la noción de mercancías analizándola primero en el contexto de la esclavitud.

Con frecuencia, los esclavos han sido definidos como personas bajo la propiedad de otras o, en ciertos casos similares, como objetos. Ahora bien, recientemente, han surgido cambios respecto de esta perspectiva absoluta y en favor de un punto de vista procesal, donde la marginalidad y la ambigüedad de estatus están en el centro de la identidad social del esclavo (véase Meillassoux 1975, Vaughan 1977, Kopytoff y Miers 1977, Kopytoff 1982, Patterson 1982). Desde esta nueva perspectiva, la esclavitud no se considera un estatus fijo y unitario, sino un proceso de transformación social que involucra una sucesión de fases y modificaciones de estatus, algunas de las cuales se mezclan con otros estatus (por ejemplo, el de adopción) que en Occidente concebimos como muy lejanos al de la esclavitud.

La esclavitud comienza con la captura o la venta, cuando el individuo es despojado de su previa identidad social y se convierte en una no-persona, de hecho en un objeto y en una mercancía real o potencial. Pero el proceso continúa. El esclavo es adquirido por una persona o un grupo, y es insertado al nuevo grupo, dentro del cual es resocializado y rehumanizado al otorgársele una nueva identidad social. En efecto, la mercancía esclavo se reindividualiza al adquirir un nuevo estatus (no siempre inferior) y una configuración única de relaciones personales. En suma, el proceso ha alejado al esclavo del simple estatus de mercancía intercambiable y lo ha acercado al de un individuo singular que ocupa una posición social y personal particular. Sin embargo, el esclavo suele permanecer como una mercancía potencial: continúa en posesión de un valor de cambio que puede convertirse en dinero mediante una venta ulterior. En muchas sociedades, esto también era aplicable a los individuos "libres", quienes estaban sujetos a la venta en ciertas circunstancias determinadas. En

virtud de que en tales sociedades todas las personas tenían un valor de cambio y eran mercantilizadas, la mercantilización no estaba confinada culturalmente al mundo de las cosas.

Lo que se observa en la trayectoria del esclavo es el proceso inicial de separación de un escenario social determinado (su mercantilización), seguido de una singularización creciente (es decir, de una desmercantilización) en un nuevo escenario, con la posibilidad de una posterior remercantilización. Como en la mayoría de los procesos, las fases sucesivas se traslapan. En efecto, el esclavo fue sin duda una mercancía sólo durante el periodo relativamente corto entre su captura o primera venta y su adquisición de una nueva identidad social; pero, el esclavo se vuelve menos una mercancía y más un individuo singular durante el proceso de incorporación gradual a la nueva sociedad. Esta consideración biográfica de la esclavitud en tanto proceso sugiere que la mercantilización de otras cosas puede ser considerada provechosamente desde el mismo enfoque, esto es, como parte de la configuración cultural de biografías.

EL ENFOQUE BIOGRÁFICO

La antropología ha abordado de distintas maneras el asunto de las biografías (al respecto, véase Langness 1965). Se puede presentar una biografía verdadera, o construir un modelo biográfico típico con base en información reunida al azar, como se hace en el capítulo referido al ciclo vital en una etnografía general. En cambio, un modelo biográfico con mayor conciencia teórica es mucho más exigente. Se fundamenta en un número razonable de historias vitales reales. Alude a la gama de posibilidades biográficas que la sociedad en cuestión ofrece y examina el modo en que se realizan esas posibilidades en las historias vitales de diversas categorías de personas. Además, analiza las biografías ideales que son consideradas modelos apropiados por la sociedad y la forma en que se perciben las desviaciones prácticas de tales modelos. Como lo destacó Margaret Mead, un modo de entender una cultura es advertir qué tipo de biografía se concibe como la encarnación de una exitosa carrera social. Sin duda, lo que se califica como una vida bien vivida en la sociedad africana es diferente de lo que opinan al respecto los habitantes de las riberas del Ganges, de Bretaña o de las regiones polares de Groenlandia.

Me parece que podemos formular el mismo tipo de preguntas culturales para acceder a las biografías de las cosas. A principios de este siglo, en un artículo titulado "The Genealogical Method of

Anthropological Inquiry" (1910), W.H.R. Rivers expuso lo que se ha convertido en un instrumento estándar del trabajo de campo etnográfico. El objetivo de este artículo —el principal aspecto por el cual se le recuerda— fue mostrar cómo la terminología y las relaciones de parentesco pueden sobreponerse al diagrama genealógico y moverse a través de la estructura social en el tiempo reflejada por el diagrama. Ahora bien, Rivers expuso algo más: que, por ejemplo, cuando el antropólogo busca las leyes de la herencia, puede comparar el enunciado ideal de estas leyes con el movimiento real de un objeto particular (como un pedazo de tierra) a lo largo del diagrama genealógico, advirtiendo de un modo concreto cómo pasa dicho objeto de una mano a otra. Lo que Rivers propuso fue una especie de biografía de las cosas en términos de propiedad. Sin embargo, una biografía puede concentrarse en otras cuestiones y acontecimientos innumerables.

Al elaborar la biografía de una cosa, se formulan preguntas similares a aquellas relacionadas con las personas: desde la perspectiva sociológica, ¿cuáles son las posibilidades biográficas inherentes a su "estatus", periodo y cultura, y cómo se realizan tales posibilidades? ¿De dónde proviene la cosa y quién la hizo? ¿Cuál ha sido su carrera hasta ahora, y cuál es, de acuerdo con la gente, su trayectoria ideal? ¿Cuáles son las "edades" o periodos reconocidos en la "vida" de la cosa, y cuáles son los indicadores culturales de éstos? ¿Cómo ha cambiado el uso de la cosa debido a su edad, y qué sucederá cuando llegue al final de su vida útil?

Por ejemplo, entre los suku de Zaire, con quienes he trabajado, la expectativa vital de una choza es de aproximadamente diez años. La biografía típica de la choza comienza con su ocupación por parte de una pareja o, en el caso de la poligamias, por parte de una esposa con sus hijos. Una vez que la choza envejece, se transforma sucesivamente en casa de huéspedes, hogar de alguna viuda, refugio para los adolescentes, cocina y, por último, cobertizo para las cabras o las gallinas; al final, las termitas resultan victoriosas y la estructura se derrumba. El estado físico de la choza en cada periodo corresponde a un uso específico. Una choza desfasada en materia de utilización provoca que el suku se sienta incómodo y, también, transmite un mensaje. Así, alojar a un visitante en una choza que debería funcionar como cocina dice algo acerca del estatus del huésped; si no hay chozas disponibles para las visitas en una comunidad, esto comunica algo sobre el carácter del jefe local, a saber, que es flojo, inhospitalario o pobre. Nosotros tenemos similares expectativas biográficas de las cosas. En nuestro caso, la biografía de una pintura de Renoir que termina en un incinerador es tan trágica, a su manera, como la biografía de una

persona que termina asesinada. Esto es obvio, pero hay otros acontecimientos en la biografía de los objetos que transmiten mensajes más sutiles. ¿Qué sucede con un cuadro de Renoir que termina en una colección privada y, por tanto, inaccesible? ¿Con otra obra de Renoir que permanece abandonada en el sótano de un museo? ¿Cómo nos sentiríamos en relación con una pintura de Renoir que saliera de Francia con rumbo a Estados Unidos? ¿O a Nigeria? Las respuestas culturales a estos detalles biográficos revelan una enmarañada masa de juicios estéticos, históricos y aun políticos, y de convicciones y valores que moldean nuestra actitud hacia los objetos clasificados como "arte".

Las biografías de las cosas pueden destacar aquello que de otro modo permanecería oscuro. Por ejemplo, en situaciones de contacto cultural, pueden mostrar lo que los antropólogos han enfatizado con frecuencia: lo significativo de la adopción de objetos —y de conceptos— extranjeros no es el hecho de que sean adoptados, sino la forma en que son redefinidos culturalmente y puestos en uso. La biografía de un automóvil en África revela una abundante información cultural: el modo en que se adquiere, cómo y de quiénes proviene el dinero reunido para comprarlo, la relación entre el comprador y el vendedor, los usos que se le dan al automóvil, la identidad de sus pasajeros habituales y la de aquéllos a quienes se le presta, la frecuencia del préstamo, los talleres en donde se repara y el vínculo del propietario con los mecánicos, el paso del automóvil de mano en mano a través de los años y, por último, cuando ya no funciona, la disposición final de sus partes. Todos estos detalles habrán de mostrar una biografía completamente distinta de aquélla del automóvil empleado por la clase media estadunidense, los navajo o los franceses.

Uno confiere a cada biografía cierta preconcepción de lo que será su enfoque. Admitimos que las personas tienen muchas biografías —psicológica, profesional, política, familiar, económica, etc.—, cada una de las cuales selecciona ciertos aspectos y descarta otros de la historia vital. Del mismo modo, las biografías de las cosas no pueden ser sino parciales. Desde luego, la biografía física pura de un automóvil es totalmente distinta de su biografía técnica, conocida en el oficio como su expediente de reparaciones. El automóvil cuenta también con una biografía económica: su valor inicial, su precio de venta y de reventa, la tasa de depreciación, su respuesta a la recesión, el patrón anual de costos de mantenimiento. Asimismo, el automóvil también ofrece varias biografías sociales posibles: una puede versar sobre el lugar que ocupa en la economía de la familia propietaria; otra puede relacionar la historia de su propietario con la estructura de clases de

la sociedad; otra más puede centrarse en el papel que desempeña en la sociología de las relaciones de parentesco de la familia, como la pérdida de vínculos en Estados Unidos o el fortalecimiento de éstos en Africa.

No obstante, todas estas biografías —técnica, económica y social— pueden o no estar culturalmente moldeadas. Lo que convierte a una biografía en una biografía cultural no es su tema, sino cómo y desde qué perspectiva se aborda el tópico en cuestión. Una biografía económica culturalmente configurada concibe el objeto como una entidad culturalmente construida, cargada de significados culturalmente especificados, y clasificada y reclasificada de acuerdo con categorías culturalmente constituidas. Con base en este punto de vista, me gustaría proponer una estructura de análisis de las mercancías o, en términos procesales, de la mercantilización. Pero, ante todo, ¿qué es una mercancía?

Lo singular y lo común

Considero que las mercancías son un fenómeno cultural universal. Su existencia es concomitante a la existencia de transacciones que involucran el intercambio de cosas (objetos y servicios); el intercambio es un rasgo universal de la vida social humana y, de acuerdo con algunos teóricos, una característica que se halla en el núcleo de dicha vida (véase, por ejemplo, Homans 1961, Ekeh 1974 y Kapferer 1976). En lo que difieren las sociedades es en el modo en que la mercantilización, en tanto expresión especial del intercambio, se estructura y relaciona con el sistema social; en los factores que la impulsan u obstruyen; en las tendencias a largo plazo para expandirla o estabilizarla, y en las premisas culturales e ideológicas que subyacen a su funcionamiento.

¿Qué convierte pues a una cosa en mercancía? La mercancía es una cosa que tiene valor de uso y que puede intercambiarse por una contraparte; el hecho mismo del intercambio indica que la contraparte posee, en el contexto inmediato, un valor equivalente. Por el mismo motivo, la contraparte también es una mercancía a la hora del intercambio. Este puede ser directo o realizarse indirectamente a través del dinero, una de cuyas funciones es la de ser medio de cambio. Por tanto, todo lo susceptible de comprarse con dinero es una mercancía, cualquiera que sea su destino posterior a la compraventa (por ejemplo, después de la transacción puede ser desmercantilizada). Así, en Occidente, con fines de concisión, consideramos la venta como un

indicador inequívoco del estatus mercantil, mientras que la no venta confiere a la cosa un aura especial de separación respecto de lo mundano y lo común. De hecho, por supuesto, la venta no es necesariamente una característica del estatus mercantil, dado que existe el intercambio de mercancías en economías no monetarias.

Debo señalar que la transacción que involucra a las mercancías es inconexa, con objeto de destacar que el propósito primordial e inmediato de la transacción es obtener el valor de la contraparte (y esto, para los economistas, constituye también su función económica). La finalidad de la transacción no es, por ejemplo, despejar el camino para emprender otro tipo de transacciones, como en el caso de los obsequios ofrecidos para iniciar negociaciones matrimoniales o para asegurar el patronazgo; en estos dos últimos casos, se trata de una transacción parcial que debe considerarse en el contexto de la transacción completa. A pesar de que el intercambio de cosas suele involucrar mercancías, una excepción notable está constituida por los intercambios característicos de las relaciones de reciprocidad, tal como han sido definidos por la antropología. Aquí, el regalo se obsequia para evocar la obligación de recibir otro a cambio, el cual producirá a su vez una obligación similar: una cadena interminable de regalos y obligaciones. Los obsequios pueden ser en sí mismos cosas que normalmente se usan como mercancías (comida, banquetes, bienes de lujo, servicios); pero, cada transacción no es inconexa ni, en principio, terminal.

Con objeto de realizar la venta monetaria o la intercambiabilidad por una amplia gama de cosas, se requiere contar con algo que sea común a un gran número de cosas intercambiables que, consideradas en su conjunto, compartan un universo peculiar de valores equiparables. Para usar un término sugerente aunque arcaico, ser vendible o muy intercambiable significa ser "común" (lo opuesto a inusual, incomparable, único, singular y, por tanto, a no ser intercambiable por nada). La mercancía perfecta sería aquélla que fuera intercambiable por cualquier otra cosa; del mismo modo, el mundo perfectamente mercantilizado sería aquél donde todo fuese intercambiable o estuviera en venta. Por la misma razón, el mundo perfectamente desmercantilizado sería aquél donde todo fuese singular, único y no intercambiable.

Ambas situaciones constituyen tipos ideales opuestos, y ningún sistema económico real se ajusta a ninguno de ellos. No existe un sistema donde todo sea tan singular que evite la posibilidad de intercambio. Tampoco existe un sistema, salvo en la extravagante imagen marxiana de un capitalismo absolutamente mercantilizado,

donde sea todo una mercancía, intercambiable por cualquier otra cosa dentro de una esfera unitaria de intercambio. Dicha construcción del mundo —en el primer caso, como totalmente heterogéneo en términos de valoración y, en el segundo caso, como totalmente homogéneo— sería humana y culturalmente imposible. Sin embargo, representan los dos extremos entre los cuales cada economía real ocupa un lugar particular.

Podemos aceptar, junto con la mayoría de los filósofos, lingüistas y psicólogos, que la mente humana tiene una tendencia inherente a imponer en su medio ambiente el orden sobre el caos, mediante la clasificación de los contenidos de su entorno, y que sin esta clasificación el conocimiento del mundo y la adaptación al él serían imposibles. La cultura ayuda a la mente por medio del establecimiento de un orden cognoscitivo compartido colectivamente en un mundo que, de modo objetivo, es del todo heterogéneo y presenta una lista sin fin de cosas singulares. La cultura accede al orden separando, a través de la discriminación y la clasificación, distintas áreas de homogeneidad dentro de la heterogeneidad total. Con todo, si el proceso homogeneizador se lleva demasiado lejos y el mundo perceptible comienza a acercarse al extremo opuesto —en el caso de los bienes, a la mercantilización total—, la función cultural de la discriminación cognoscitiva se socava. Tanto los individuos como las colectividades culturales deben conducirse en un punto intermedio entre ambos extremos durante la clasificación de las cosas en categorías, las cuales no son simultáneamente ni muchas ni muy abarcantes. En resumen, lo que se suele denominar "estructura" descansa entre la heterogeneidad de lo muy dividido y la homogeneidad de lo muy agrupado.

En el reino de los valores de cambio, esto significa que el mundo natural de las cosas singulares debe ordenarse de acuerdo con diversas y operativas clases de valor; esto es, las cosas diferentes deben seleccionarse y volverse cognoscitivamente similares cuando se les reúne dentro de cada categoría, y convertirse en cognoscitivamente desemejantes cuando se les coloca en categorías distintas. Esta es la base de un fenómeno económico bien conocido: aquél de las diversas esferas del valor de cambio, que funcionan de forma más o menos independiente una de otra. Este fenómeno se encuentra en todas las sociedades, aunque las occidentales son más aptas para percibirlo en economías no mercantilizadas y no monetarizadas. La naturaleza y la estructura de las esferas de intercambio varían entre una y otra sociedad porque, tal como lo señalan Durkheim y Mauss (1963), los sistemas culturales de clasificación reflejan la estructura y los recursos culturales de las sociedades en cuestión. Y, más allá de esto, de

acuerdo con Dumont (1972), existe también cierta tendencia a imponer una jerarquía a las categorías.

ESFERAS DE INTERCAMBIO

Un ejemplo concreto de una economía que posee esferas claramente diferenciadas de intercambio ilustrará el asunto en cuestión. En lo que constituye un análisis clásico de una "economía multicéntrica", Bohannan (1959) describe las tres esferas de intercambio existentes en el periodo precolonial entre los tiv del centro de Nigeria: a) la esfera de los artículos de subsistencia (ñame, cereales, condimentos, gallinas, cabras, utensilios, herramientas y demás); b) la esfera de los artículos de prestigio (ganado vacuno, esclavos, oficios rituales, ropa especial, medicinas y bastones de metal), y c) la esfera de los derechos sobre las personas (esposas, huérfanos y descendientes).

Las tres esferas representaban tres universos separados de valores de cambio, es decir, tres esferas mercantiles. Los artículos incluidos en cada una de ellas eran intercambiables, y las tres estaban regidas por su propia moralidad. Además, existía una jerarquía moral entre las esferas: la de subsistencia, con su moralidad mercantil sin trabas, era la menor, y la de los derechos sobre las personas, vinculada con el mundo de las relaciones de parentesco y de parentesco de grupo, era la mayor. En el caso de los tiv (en contraste con muchos otros sistemas similares), era posible moverse —aunque con cierta dificultad— de una a otra esfera. Los bastones de metal proporcionaban el vínculo. En circunstancias excepcionales, la gente intercambiaba, de mala gana, bastones por productos de subsistencia y, en el otro extremo, trocaba bastones por derechos sobre las personas. Los tiv consideraban satisfactoria y moralmente apropiado convertirse en "individuos en ascenso", desde la subsistencia hasta el prestigio y desde éste hasta los derechos sobre las personas, mientras que convertirse en "individuos en descenso" era vergonzoso y sólo explicable en casos de coacción extrema.

En economía, el problema del valor y la equivalencia del valor ha sido siempre un acertijo filosófico. Conlleva el proceso misterioso mediante el cual las cosas que son patentemente distintas aparecen como similares con respecto al valor; por ejemplo, los ñames se convierten de algún modo en algo comparable e intercambiable por un mortero o una vasija. En los términos que hemos utilizado aquí, esto involucra tomar lo patentemente singular e insertarlo en una categoría uniforme de valor junto con otras cosas patentemente

singulares. No obstante todas las dificultades implícitas en la teoría del valor-trabajo, ésta sugiere al menos que mientras que los ñames y las vasijas pueden compararse razonablemente con base en el trabajo invertido en su producción (aun si se pasa por alto la distinta inversión en materia de capacitación representada por el trabajo en cada caso), no existe ningún estándar común para comparar los ñames con los oficios rituales o las vasijas con las esposas y la progenie. De este modo, comprobamos la enorme dificultad, de hecho imposibilidad, de agrupar todos estos productos en una sola esfera mercantil. Esta dificultad suministra la base natural para la construcción cultural de esferas separadas de intercambio. La cultura desempeña la tarea menos generalizadora de crear la equivalencia de valor mediante el establecimiento de varias esferas mercantiles inconexas. Así, en el caso de los tiv, observamos lo siguiente: los artículos de subsistencia producidos por medio del trabajo físico aparecen como opuestos a los artículos prestigio y de manipulación social, y estos últimos como opuestos a aquéllos del dominio más íntimo de los derechos y las obligaciones de parentesco.

LA TENDENCIA A LA MERCANTILIZACIÓN

Desde esta perspectiva, una economía multicéntrica como la de los tiv no es una versión complicada y exótica del sistema de intercambio directo. Es, en cambio, lo opuesto: una hazaña de simplificación de lo que es en términos naturales una masa inmanejable de productos singulares. Empero, ¿por qué sólo tres esferas y no, por ejemplo, doce? En apariencia, la mercantilización fue empujada hasta los límites permitidos por la tecnología de intercambio de los tiv, la cual carecía de un denominador común de valor más adecuado que los bastones de metal. En esto se percibe la tendencia inherente en todo sistema de intercambio hacia la mercantilización óptima: el impulso a expandir la idea fundamentalmente seductora de intercambiar la mayor cantidad de artículos que permita la tecnología existente de intercambio. De ahí, la aceptación universal del dinero cuando ha sido introducido en sociedades no monetizadas y su conquista inexorable de las economías internas de tales sociedades, a pesar del rechazo inicial y de la infelicidad individual resultante; una infelicidad perfectamente ilustrada por los modernos tiv. Asimismo, a ello se deben las consecuencias uniformes de la introducción del dinero en una amplia gama de sociedades de otro modo distintas: la mercantilización más amplia y la mezcla de esferas separadas de inter-

cambio. Pareciera que la misma lógica interna del intercambio se adaptase previamente a todas las economías, para apoderarse de las nuevas oportunidades que la amplia mercantilización obviamente acarrea.

Puede interpretarse el reciente trabajo de Braudel (1983) bajo esta óptica, en la medida en que muestra el modo en que el desarrollo, durante la temprana Europa moderna, de un conjunto de nuevas instituciones moldeó lo que podría llamarse un nuevo intercambio tecnológico, el cual condujo, a su vez, a la explosión de la mercantilización, la cual se hallaba en la base del capitalismo. La extensa mercantilización que asociamos con el capitalismo no es entonces una característica del capitalismo *per se*, sino de la tecnología del intercambio que, históricamente, estuvo asociada con él y que estableció límites dramáticamente más amplios para la máxima mercantilización posible. Las modernas economías de dirección estatal, no capitalistas, no muestran ningún signo de permanecer sistemáticamente exentas de esta tendencia, aunque puedan tratar de controlarla usando medios políticos. De hecho, debido a su escasez endémica y sus ubicuos mercados negros, la mercantilización en tales economías se expande a nuevas áreas, donde el consumidor, para comprar bienes y servicios, debe comprar ante todo el acceso a la transacción.

La mercantilización, entonces, puede considerarse más adecuadamente como un proceso en gestación que como un estado de cosas total o inexistente. Su expansión ocurre de dos maneras: a) con respecto a cada cosa, a la cual vuelve intercambiable por más y más cosas, y b) con respecto al sistema en su conjunto, al hacer que un número creciente de cosas distintas sean cada vez más ampliamente intercambiables.

SINGULARIZACIÓN CULTURAL E INDIVIDUAL

La tendencia contraria a esta embestida potencial de la mercantilización es la cultura. En la medida en que la mercantilización vuelve homogéneo al valor, mientras que la esencia de la cultura es la discriminación, la mercantilización excesiva resulta anticultural; asunto que muchos han percibido de este modo. Y si, como Durkheim (1986; publicación original, 1912) lo advirtió, las sociedades necesitan colocar aparte cierta porción de su entorno, clasificándola como "sagrada", la singularización es un medio para lograr ese fin. La cultura asegura que algunas cosas permanezcan inequívocamente

singulares; evita la mercantilización de otras y, en ocasiones, resingulariza lo que ha sido mercantilizado.

En toda sociedad, existen cosas que son públicamente protegidas contra la mercantilización. Algunas de las prohibiciones son culturales y se sostienen colectivamente. En las sociedades estatales, muchas de estas prohibiciones son instrumentadas por el Estado, con base en el entrelazamiento de lo que sirve a la sociedad en su conjunto, al Estado y a los grupos específicos de control. Esto se aplica a buena parte de lo que uno considera el inventario simbólico de una sociedad: los terrenos públicos, los monumentos, las colecciones de arte estatales, la parafernalia del poder político, las residencias reales, la insignia principal, los objetos rituales y demás. A menudo, el poder se autoafirma de modo simbólico precisamente al insistir en su derecho a singularizar un objeto, o un conjunto o clase de objetos. Los jefes y reyes africanos se reservan el derecho sobre ciertos animales y productos animales, como la piel y los dientes del gato montés moteado. Los reyes de Siam monopolizaban a los elefantes albinos. Los monarcas británicos por su parte han conservado el derecho sobre las ballenas que encallan y perecen en las playas. Puede existir algún aspecto práctico en tales reclamos de la realeza, el cual habrá de ser descubierto sin duda alguna por los ecólogos y los materialistas culturales. Con todo, queda claro que estos monopolios expanden el alcance visible del poder sagrado al proyectarlo a objetos sacros adicionales.

En ocasiones, tal singularización se extiende a cosas que normalmente son mercancías; en efecto, las mercancías son singularizadas mediante su extracción de la esfera mercantil usual. Así, en la parafernalia ritual de la monarquía británica, encontramos que la Estrella de la India, contrariamente a lo que hubiese sucedido en términos habituales, fue obstaculizada en su proceso de mercantilización y singularizada como “una joya de la corona”. Del mismo modo, la parafernalia ritual de los reyes suku de Zaire incluía objetos comerciales ordinarios del pasado, tales como jarras de la alfarería europea del siglo XVIII, llevadas a África por los portugueses, transportadas por los suku a su territorio y sacralizadas durante ese proceso.

Otro modo de singularizar las cosas se basa en la mercantilización restringida, donde algunos objetos son confinados a una esfera muy estrecha de intercambio. El sistema tiv ilustra este principio. Los pocos artículos incluidos en la esfera de prestigio (esclavos, ganado, oficios rituales, vestimenta especial y bastones de metal), aunque eran mercancías por el hecho de ser intercambiables entre sí, estaban

menos mercantilizados que los numerosos objetos contenidos en la esfera de subsistencia (desde ñames hasta vasijas). Una esfera integrada por sólo dos clases de cosas —como, en el modelo clásico trobriand, la esfera de intercambio kula compuesta por collares y brazaletes— representa un grado superior de singularización. En el caso de los tiv, la esfera de intercambio constituida por los derechos sobre las personas alcanzó una integridad singular por medio de un principio diferente aunque relacionado: el de la homogeneidad de sus componentes. Cabe destacar que las dos esferas superiores de los tiv eran más singulares, más especiales y, por tanto, más sagradas que la esfera inferior, la cual incluía los numerosos objetos de la subsistencia mundana. En consecuencia, la jerarquía moral de las esferas de intercambio de los tiv correspondía al grado de singularidad.

Ahora bien, aunque la sacralización puede lograrse mediante la singularidad, ésta no garantiza a aquélla. El no ser una mercancía no es un atributo que asegure por sí mismo una alta estimación, puesto que existen muchas cosas singulares (esto es, no intercambiables) que pueden valer muy poco. En el caso de los aghem de la porción occidental de Camerún, cuyas esferas de intercambio no son muy diferentes de las de los tiv, se puede detectar una esfera aun más inferior, la cual se halla por debajo de las mercancías de subsistencia. En cierta ocasión, durante la indagación del valor de cambio precolonial de diversos artículos, pregunté cuál era el valor de la mandioca con fines de trueque. Por toda respuesta, escuché un escarnio indignado ante la sola idea de que una cosa tan insignificante como la mandioca pudiera ser intercambiable por algo: "La comes, nada más. Si no la quieres, la regalas. Las mujeres se ayudan mutuamente con alimentos de ese tipo. Pero, nadie *comercia* con ella." A fin de que esa expresión de indignación no sea malentendida ni sentimentalizada, debo señalar que tal actitud no se relaciona con la sugerencia de una corrupción comercial en materia de un producto con gran carga simbólica —como sería el caso, por ejemplo, del pan entre los campesinos de Europa Oriental—. Los aghem han sido siempre un pueblo con mentalidad comercial, que no desdeña los negocios. Más bien, el escarnio sería similar al que el aghem provocaría en un occidental al cual le preguntase sobre el valor de cambio del cerillo con el que enciende el cigarro de un desconocido. La mandioca formaba parte de una clase de cosas singulares de tan poca valía que no se le reconocía públicamente un valor de cambio. El no ser una mercancía significa ser "inapreciable" en el sentido más completo posible del término, que va desde lo extraordinariamente valioso hasta lo singularmente carente de valor.

Además de las cosas que han sido clasificadas como más o menos singulares, existe lo que podría denominarse mercantilización terminal, donde el intercambio ulterior está excluido por decreto. En muchas sociedades, las medicinas reciben dicho trato: el curandero elabora y vende un remedio que es absolutamente singular, porque sólo es eficaz para el paciente bajo tratamiento. Asimismo, la mercantilización terminal caracterizó, hace medio milenio, la venta de indulgencias por parte de la iglesia católica romana: el pecador podía comprarlas, pero no revenderlas. En el campo de la medicina occidental contemporánea, la mercantilización terminal se verifica a través de medios legales; descansa en la prohibición contra la reventa de una droga recetada y contra la venta de cualquier medicamento que carezca de la autorización respectiva. Hay otros ejemplos de las maniobras legales dirigidas a restringir la remercantilización: en Gran Bretaña, los libros de encuadernación rústica suelen contener una nota confusa donde se señala la prohibición de revenderlos salvo con su cubierta original; en Estados Unidos, una indicación igualmente desconcertante, que prohibe su reventa, se anexa a los colchones y cojines.

Otros factores, además de los decretos legales o culturales, pueden crear mercancías terminales. Después de todo, la mayoría de los bienes de consumo están destinados a ser terminales; al menos, tal es el deseo del productor o fabricante. Esta expectativa es fácil de lograr con artículos como los chícharos enlatados, aunque incluso en este caso pueden influir las circunstancias externas; en periodos bélicos de escasez, todos los tipos de bienes que habitualmente son de consumo comienzan a funcionar como depósitos de riqueza y, en lugar de ser consumidos, circulan sin cesar en el mercado. En cuanto a los artículos duraderos, suele desarrollarse un mercado de segunda mano, y la idea de esta posible reventa puede ser alentada por los vendedores. En cierta área de nuestra economía la estrategia de venta se funda en el énfasis otorgado al planteamiento de que la mercantilización de los bienes comprados para ser consumidos no es necesariamente terminal: así, escuchamos que las alfombras orientales, aunque destinadas al uso, constituyen una "buena inversión" o que ciertos automóviles caros poseen un "alto valor de reventa".

La existencia de la mercantilización terminal destaca un aspecto fundamental para el análisis de la esclavitud, donde el hecho de que una persona haya sido comprada no nos dice nada acerca de los usos que se harán de ella (Kopytoff, 1982, 223ss). Algunos esclavos fueron enviados a trabajar en minas, plantaciones o galeras; otros se convir-

tieron en visires o en almirantes del imperio romano. Del mismo modo, el hecho de que un objeto sea comprado o intercambiado no nos dice nada sobre sus estatus posterior ni si habrá de permanecer o no como mercancía. Con todo, a menos de que se les desmercantilice formalmente, las cosas mercantilizadas continúan siendo mercancías potenciales, es decir, continúan teniendo un valor de cambio, aunque sean extraídas de la esfera del intercambio y, por así decirlo, desactivadas como mercancías. Esta desactivación las deja expuestas no sólo a los diversos tipos de singularización que he mencionado, sino también a las redefiniciones individuales, en tanto opuestas a las colectivas.

En el área de Bamenda, situada en la parte occidental de Camerún, las personas apreciaban los enormes frutos secos y vacíos de la calabaza que se utilizaban como vasijas o estuches. Estas calabazas estaban decoradas y atravesaban la frontera procedentes de Nigeria. Eran llevadas hasta la zona en cuestión por los aku, un grupo de pastores cuyas mujeres usaban mucho las calabazas y estaban dispuestas a venderlas. Yo conseguí de este modo varias de ellas. No obstante, en cierta ocasión me fue imposible convencer a una mujer aku de que me vendiera una calabaza que ella misma había decorado con pequeños adornos. Sus amigas le dijeron que era una boba, pues con el dinero que obtuviese de la venta podía adquirir una calabaza más bonita. Sin embargo, la mujer no se inmutó, no más de lo que se alteraría el individuo siempre notable de nuestra sociedad —en parte héroe y en parte tonto— que se niega a vender su casa por un millón de dólares y obliga a los arquitectos a construir el rascacielos alrededor de ella. Asimismo, existe el fenómeno opuesto: el mercantilizador ideológico, el cual está a favor, por ejemplo, de la venta de predios públicos para equilibrar el presupuesto comunitario o, como he presenciado en África, de la venta de alguna pieza de la parafernalia oficial, con objeto de suministrar un techo de hojalata a la escuela local.

Estos ejemplos mundanos muestran que, en cualquier sociedad, el individuo con frecuencia está atrapado entre la estructura cultural de la mercantilización y sus esfuerzos personales por establecer un orden de valor en el universo de cosas. En cierto grado, este conflicto entre la cultura y el individuo es inevitable, al menos en el plano cognoscitivo. El mundo de las cosas se presta a un número infinito de clasificaciones, arraigadas en características naturales, y percepciones culturales e idiosincrásicas. La mente individual puede jugar con todas ellas, construyendo innumerables categorías, diferentes universos de valor común y cambiantes esferas de intercambio. En contraste,

la cultura no puede ser tan exuberante, por lo menos en lo que concierne a la economía, cuyas clasificaciones deben suministrar una guía inequívoca a la acción pragmática y coordinada. Ahora bien, aunque el conflicto sea inevitable, las estructuras sociales en que se verifica se hallan en permanente modificación, motivo por el cual le confieren una intensidad distinta. En una sociedad precolonial como la de los tiv o los aghem, la cultura y la economía estaban en relativa armonía; la economía se apegaba a las clasificaciones culturales y éstas lograban satisfacer la necesidad cognoscitiva individual de discriminación. En cambio, en una sociedad comercializada, monetizada y altamente mercantilizada, la tendencia homogeneizadora del valor, propia del sistema de intercambio, experimenta un poderoso impulso y produce resultados a los que suelen oponerse, aunque de modo inconsistente e incluso contradictorio, tanto la cultura como la cognición individual.

SOCIEDADES COMPLEJAS

He sostenido que, para nosotros, las esferas del intercambio son más visibles en las sociedades no comercializadas y monetizadas, como la de los tiv, que en aquéllas comercializadas y monetizadas, como la nuestra. En parte, ello se debe a que prestamos atención a lo exótico y damos por sentado lo familiar. Sin embargo, se trata de algo más que eso.

Sin duda, en nuestra sociedad existen algunas esferas inconexas de intercambio, las cuales son prácticamente aceptadas y aprobadas por unanimidad. Así, nos obstinamos en mantener separadas las esferas de los objetos materiales y las personas (asunto que examinaré más adelante). Del mismo modo, intercambiamos invitaciones a cenar y mantenemos inconexa dicha esfera. Admitimos la existencia de una esfera de intercambio de favores políticos o académicos; pero la idea de monetizar esta esfera nos escandalizaría tanto como a los tiv los ofendió inicialmente la idea de monetizar sus transacciones matrimoniales. Como los tiv, quienes se movían cuidadosamente de la esfera de las vasijas mundanas a la de los títulos de prestigio valiéndose de la mediación de los bastones de metal, nuestros financieros navegan con cautela entre las diversas esferas de intercambio en cuestiones tales como el otorgamiento de donaciones a las universidades. Una dádiva monetaria directa es sospechosa, porque produce la impresión de que se está comprando influencia; por tal motivo, esta clase de dádiva suele ser anónima o póstuma. Una donación monetaria inte-

grada por dádivas parciales resulta particularmente sospechosa, pues implica el poder del donante para retener los cheques restantes. Sin embargo, cuando la donación se otorga bajo la forma de un edificio, el dinero aportado se traslada a una esfera casi desmercantilizada, el regalo queda congelado en una irrevocabilidad visible y el donante se protege contra la sospecha de querer influir inapropiadamente en la universidad. En consecuencia, dar el nombre del donante al edificio es un acto que honra no sólo al benefactor, sino también a la universidad, la cual declara así que carece de obligaciones con respecto al donador específico. Los valores que subyacen a tales transacciones son compartidos por toda la sociedad o, al menos, son sostenidos por los grupos que ejercen la hegemonía cultural en nuestra sociedad y definen gran parte de lo que podemos llamar nuestra cultura pública. "Todos" estamos contra la mercantilización de aquello que ha sido clasificado públicamente como singular y convertido en sagrado: los parques públicos, los acontecimientos memorables de las naciones, el monumento a Abraham Lincoln o los dientes postizos de George Washington conservados en Mount Vernon, Virginia.

Otros valores de singularización son apoyados por grupos más restringidos. Contamos con esferas explícitas de intercambio reconocidas sólo por algunos segmentos de la sociedad, como los grupos de profesionistas, quienes acatan un código cultural común y una moralidad especialmente enfocada. Tales grupos constituyen las redes de solidaridad mecánica que vinculan las partes de la estructura orgánica de la sociedad en su conjunto, cuyas actividades están regidas, en su mayoría, por principios mercantiles. Permítaseme desarrollar el análisis con base en el examen de cierta actividad propia de uno de los grupos en cuestión: la colección de arte africano por parte de los africanistas estadunidenses.

Hace treinta o más años, el arte africano adquirido casualmente durante el trabajo de campo, se destinaba sólo a una esfera cerrada de carácter sagrado. Los objetos reunidos estaban del todo singularizados: para su coleccionista, tenían un valor sentimental, meramente estético o científico, apoyado este último en el supuesto conocimiento del contexto cultural del objeto. No se consideraba adecuado comprar la pieza artística a los comerciantes africanos ni a los mercaderes europeos instalados en Africa o, peor aún, a los negociantes establecidos en Europa o Estados Unidos. Semejante objeto, de segunda mano, tenía poco valor científico y estaba inciertamente contaminado, pues había circulado en una esfera mercantil monetizada; contaminación que no se esfumaba por el solo hecho de su conservación ulterior dentro de la misma categoría integrada por los

objetos obtenidos "legítimamente" en el trabajo de campo. La esfera de intercambio a la cual pertenecían los objetos de arte africanos era en extremo homogénea en cuanto a contenido. Resultaba permisible intercambiarlos por otros objetos africanos (o por otras piezas de "arte primitivo"). Asimismo, se podían ofrecer como obsequios. Los estudiantes que concluían el trabajo de campo solían llevar consigo uno o dos para regalarlos a sus supervisores, con lo que incluían tales objetos en otra esfera circunscrita, la de la relación académica patrón-cliente. La moralidad rectora de la esfera examinada no admitía la venta de los objetos, excepto la efectuada al precio de costo a un museo. No obstante, como entre los tiv, para quienes era aceptable aunque vergonzoso trocar bastones de metal por alimentos, en el caso que nos ocupa sólo la necesidad extrema justificaba la "liquidación" de los objetos en el mercado del arte, lo cual debía llevarse a cabo con gran discreción y era visto sin duda alguna como un acto característico del "individuo en descenso".

Como han señalado Douglas e Isherwood (1980), la cultura pública de las sociedades complejas suministra patrones de valor ampliamente discriminadores en materia de bienes y servicios. Es decir, la cultura pública ofrece pautas de discernimiento en un grado similar al otorgado por las sociedades a pequeña escala. Sin embargo, en el caso de las sociedades complejas tales patrones deben competir constantemente con las clasificaciones elaboradas por las individuos y las redes de corta extensión, cuyos miembros también pertenecen a otras redes que comparten aún otros sistemas de valores. Los criterios discriminadores aportados por los individuos o las redes a la tarea clasificadora son muy diferentes. Cada versión individual o reticular de las esferas del intercambio no sólo es idiosincrásica y distinta de las demás, sino que también se modifica contextual y biográficamente, conforme varían las perspectivas, las afiliaciones y los intereses de sus creadores. El resultado de ello es un debate verificable tanto en el plano interindividual como en el intraindividual. Sin duda, las semillas de tales debates existen también en sociedades como la precolonial de los tiv, pero en este caso la cultura y la economía combinan esfuerzos para suministrar un modelo ratificado de clasificación. En una sociedad liberal, heterogénea y comercializada, la cultura pública está sometida casi siempre al pluralismo y relativismo, y no ofrece una pauta sólida, mientras que la única lección de la economía reside en la libertad y el dinamismo que la cada vez más extensa mercantilización trae consigo.

Es factible vislumbrar las consecuencias de este proceso al analizar la situación experimentada por los coleccionistas de arte africano durante los últimos veinte años. En cuanto a esto, las reglas se han relajado en algunos aspectos, idénticos a los que la monetización, de acuerdo con Bohannan, debilitó las reglas de los tiv, sobre todo mediante la fusión de las que hasta entonces habían sido esferas distintas de intercambio. Por ejemplo, hoy día no se censura la adquisición de un objeto de arte africano en una subasta realizada en Estados Unidos, y mucho menos se critica la compra de tal objeto en un establecimiento comercial africano. La monetización en sí misma se ha hecho menos corrupta en la medida en que se ha vuelto más seductora, pues nadie puede desconocer que tales objetos son, como lo señalan todos los periódicos y revistas, "de colección". Sin embargo, el cambio más notable ha consistido en hacer de las reglas un asunto menos claro, y más abierto a las interpretaciones individuales y a los sistemas idiosincrásicos de valores. Antes, la cultura profesional sostenía que el valor de estos objetos era sentimental o científico; ahora, el valor sentimental es una cuestión de elección individual, quizá más sincera pero también menos común. Al mismo tiempo, han surgido los puritanos, quienes hablan de la inmoralidad implícita en cualquier tipo de circulación de estos objetos, y exigen su completa singularización y sacralización dentro de los estrechos límites de la sociedad donde fueron creados. En resumen, las reglas de la cultura profesional se han vuelto menos estrictas y las de la propiedad más idiosincrásicas. Desde la década de los sesenta, el rechazo generalizado a la idea misma de restricciones culturales ha despejado el camino a gran variedad de definiciones tanto individuales como de grupos pequeños.

Lo que quiero enfatizar en este punto es que la diferencia fundamental entre las sociedades complejas y a pequeña escala, no descansa simplemente en la extensa mercantilización verificada en las primeras. No debemos olvidar que han existido sociedades de pequeña escala donde la mercantilización (auxiliada por la moneda aborigen) logró un gran desarrollo, como en el caso de los yurok del norte de California (Kroeber, 1925) y de los kapauku de la porción occidental de Nueva Guinea (Pospisil, 1963). La peculiaridad de las sociedades complejas reside en que su mercantilización reconocida públicamente funciona codo a codo con los innumerables esquemas de valoración y singularización trazados por los individuos, las clases y los grupos de la sociedad, y que tales esquemas experimentan un conflicto irresoluble entre sí y con respecto a la mercantilización pública.

LA DINÁMICA DE LA SINGULARIZACIÓN INFORMAL EN LAS SOCIEDADES COMPLEJAS

Sin duda, existe un anhelo de singularización en las sociedades complejas. Gran parte de dicho anhelo se satisface individualmente, mediante la singularización privada, con base en principios tan mundanos como el que rige por igual el destino de las joyas heredadas y de las pantuflas viejas: la longevidad de la relación hace que estos objetos se integren en cierto sentido a la persona y el desprenderse de ellos se vuelva un acto inconcebible.

En ocasiones, el anhelo de singularización adopta las proporciones de un hambre insaciable de colección, que se manifiesta en la amplia respuesta a los tipos siempre novedosos de singularizaciones. Las latas de cerveza, las cajitas de fósforos y las revistas de tiras cómicas, todas ellas del pasado, se convierten de repente en algo que vale la pena coleccionar, trasladándolas de la esfera de lo peculiarmente carente de valor a la de lo singular costoso. Asimismo, advertimos el continuo interés en la colección de sellos postales donde, cabe destacar, se prefieren las estampillas en desuso, a fin de que no existan dudas sobre su ausencia de valor en el círculo mercantil para el cual fueron creadas originalmente. Como en el plano individual, buena parte de la singularización colectiva se logra con fundamento en el paso del tiempo. Los automóviles son mercancías que pierden valor conforme envejecen; pero, al rebasar los treinta años de vida pasan a formar parte de la categoría de antigüedades, y su valor se eleva año tras año. Desde luego, lo mismo sucede con los muebles, aunque aquí el proceso en cuestión es más lento; el periodo que anuncia la sacralización es aproximadamente similar al lapso que separa a una generación de la de sus abuelos (en el pasado, debido a la menor movilidad y a la mayor continuidad estilística, el tiempo requerido era más prolongado). Además, debemos tener en cuenta, retomando el brillante análisis de Thompson (1979), la adaptación moderna y convenientemente ahistórica al proceso de conversión de objetos en antigüedades aparentes, es decir, la singularización instantánea de objetos de desecho que pasan a decorar la sala de los jóvenes profesionistas en ascenso, a quienes aburre la homogénea aridez escandinava preferida por la generación precedente.

No obstante, tal como sucede con el arte africano, todos estos son procesos que se desarrollan al interior de grupos pequeños y redes sociales. El objeto que para mí representa un bien heredado es una mercancía para el joyero, y el hecho de que no sea tan ajeno a la cultura del joyero se manifiesta en mi disposición para ponerle un

precio a mi objeto inapreciable (y para sobrestimar invariablemente su valor mercantil). Desde el punto de vista del joyero, yo confundo dos sistemas diferentes de valores: el mercantil y el de la esfera cerrada de cosas personalmente singularizadas, los cuales convergen por casualidad en el objeto en cuestión. Muchos de los nuevos "objetos de colección" del tipo de las latas de cerveza están atrapados en esta paradoja: en cuanto se les trata como cosas más singulares y dignas de ser coleccionables, se les convierte en objetos valiosos y, al ser valiosos, adquieren un precio y se transforman en mercancías, con lo cual su singularidad queda socavada. Esta compenetración de los principios mercantiles y de singularización en una sola cosa es aprovechada por las empresas especializadas en la manufactura de lo que podría denominarse "futuros objetos de colección", tales como las ediciones encuadernadas en piel de la obra de Emerson, los platos decorados con copias en bajorrelieve de las pinturas de Norman Rockwell y las medallas de plata conmemorativas de acontecimientos notables. La publicidad respectiva es compleja: compre ahora este plato aprovechando que sólo es aún una mercancía, porque después se convertirá en un "objeto singular de colección", cuya misma singularidad hará de él una mercancía de alto precio. No puedo encontrar ninguna analogía de este fenómeno en las esferas de intercambio de los tiv.

La singularización de objetos llevada a cabo por grupos sociales plantea un problema especial. Debido a que es realizada colectivamente, ostenta el sello de la aprobación conjunta, canaliza la tendencia individual hacia la singularización y asume la responsabilidad del carácter sacro cultural. Así, los miembros de una población en proceso de urbanización pueden movilizarse repentinamente por la indignación que provoca la propuesta de remover y vender, como material de desecho, el metal oxidado de la fuente victoriana de la comunidad. Tales conflictos suelen consistir en algo más que en un mero asunto de estilo. En la base de las declaraciones vehementes en materia de valores estéticos, pueden hallarse conflictos culturales, de clase y de identidad étnica, así como la lucha por el poder de lo que podría denominarse las "instituciones públicas de singularización".[1] En las sociedades liberales, estas instituciones no son agencias gubernamentales o tienen una relación mínima con el gobierno; se trata de comités especializados en cuestiones históricas, grupos de expertos en materia de monumentos públicos, organizaciones vecinales preocupadas por el "embellecimiento', etcétera. Saber quién controla tales instituciones y cómo lo hace es una información que dice mucho sobre el control de la presentación de la sociedad ante sí misma.

Hace algunos años, en Filadelfia, se escenificó una controversia pública con respecto a la propuesta de instalar la estatua del héroe cinematográfico Rocky en la avenida situada frente al Museo de Arte, institución que ha funcionado simultáneamente como un monumento público al *establishment* local y como un medio para satisfacer las necesidades artísticas de la *intelligentsia* profesional. La estatua provenía directamente del plató utilizado en la filmación de "Rocky", la exitosa historia de un campeón de boxeo de origen italiano-estadunidense y nacido en el sur de Filadelfia. Para el sector "étnico" de la clase trabajadora de esa ciudad, la estatua era un objeto singular de orgullo étnico, regional y de clase, esto es, un monumento público meritorio. Desde el punto de vista de los grupos cuya identidad se relacionaba con el museo, la estatua era un trozo de chatarra, digna de ser remercantilizada inmediatamente en calidad de metal de desecho. En este caso, los tópicos de singularización y mercantilización se vinculaban de modo directo a sistemas desemejantes y con una connotación moral. Con todo, los opositores al proyecto pudieron encubrir su argumentación con el ropaje de la estética pública, campo donde ejercían la hegemonía cultural. En consecuencia, la estatua no fue instalada frente al Museo de Arte, sino en el sur de Filadelfia, cerca de un estadio.

No obstante lo anterior, en las sociedades complejas la mayor parte del conflicto entre mercantilización y singularización ocurre en el plano intraindividual, lo cual conduce a aparentes anomalías en el campo de la cognición, inconsistencias en materia de valores e incertidumbres en el terreno de la acción. Los miembros de estas sociedades mantienen cierta visión privada de la jerarquía de las esferas de intercambio, pero la justificación de dicha jerarquía no está vinculada integralmente, como sucedía entre los tiv, a la estructura de intercambio en cuanto tal; más bien, esta justificación debe importarse desde afuera del sistema de intercambio, esto es, de sistemas autónomos y a menudo intolerantes, tales como el de la estética, la moralidad o la religión, o el de los intereses profesionales especializados. Cuando consideramos que la venta de un Rembrandt o de una joya heredada es una transacción desfavorable, muestra actitud muestra que las cosas denominadas "arte" u "objetos históricos" se hallan por encima del mundo del comercio. Tal es el motivo por el que en las sociedades complejas el alto valor de lo singular se confunde tan fácilmente con el esnobismo. El alto valor no radica visiblemente en el sistema de intercambio en sí mismo; entre los tiv esto sí ocurría cuando, por ejemplo, la superioridad en materia de prestigio (más que de mero intercambio) de los bastones de metal sobre las vasijas era ratificada

de forma palpable por su capacidad para ser trocados por vestimentas rituales o esclavos. En una sociedad compleja la ausencia de esta confirmación patente de prestigio, de lo que significa precisamente un canje "favorable", vuelve necesaria la atribución de un valor alto pero no monetario a los esotéricos artículos estéticos, estilísticos, étnicos, de clase y genealógicos.

Cuando las cosas participan de modo simultáneo en esferas de intercambio cognoscitivamente diferentes pero eficazmente entremezcladas, nos enfrentamos de manera constante a aparentes paradojas en cuestión de valores. Una obra de Picasso, aunque posee un valor monetario, es inapreciable de acuerdo con otro esquema de tipo superior. Así, nos sentimos perturbados, incluso ofendidos, cuando leemos en los diarios que cierta pintura de Picasso vale 690 mil dólares, pues no se debe poner precio a algo que es inapreciable. Sin embargo, en una sociedad plural, el carácter inapreciable "objetivo" de un Picasso sólo puede ser confirmado inequívocamente por su alto precio mercantil. Con todo, su misma naturaleza inapreciable hace que el Picasso sea en cierto sentido más valioso que el montón de dólares con los cuales puede comprarse, tal como lo destacarían oportunamente los periódicos en el caso de que el cuadro de Picasso fuese robado. En resumen, la singularidad no queda ratificada por la posición estructural del objeto en el sistema de intercambio, sino mediante las extracciones intermitentes de la esfera mercantil, seguidas de las inmediatas reintroducciones a la esfera cerrada del "arte" singular. Empero, ambos mundos no pueden permanecer separados por mucho tiempo, puesto que los museos deben adquirir seguros para sus colecciones. En consecuencia, los museos y los negociantes del arte sugerirán precios, serán acusados de transformar el arte en mercancía y, en respuesta, se defenderán culpándose mutuamente de la creación y el mantenimiento de un mercado artístico. Ahora bien, para no perder de vista el aspecto fundamental de este análisis, es imposible concluir que las referencias al arte singular sean un mero camuflaje ideológico del interés mercantil. Aquí, lo que resulta significativo en términos culturales es precisamente la existencia de una compulsión interna a autodefendernos, ante los otros y ante nosotros mismos, en contra de la acusación de "mercantilizar" el arte.

El único momento en que el estatus mercantil está fuera de toda duda es el del intercambio real. La mayor parte del tiempo, cuando la mercancía se halla afuera de la esfera mercantil, su estatus es inevitablemente ambiguo, y queda abierto a las presiones ejercidas por los acontecimientos y los deseos, en virtud de que circula a lo largo del flujo de la vida social. Este es el periodo durante el cual la

mercancía está expuesta a la variedad casi infinita de intentos por singularizarla. Así, las singularizaciones de diversos tipos, muchas de las cuales son efímeras, constituyen un acompañamiento constante de la mercantilización, sobre todo cuando ésta se vuelve excesiva. Existe, pues, una especie de mercado negro singularizador que refleja al mercado negro común que acompaña a las economías singularizadoras reguladas. En consecuencia, incluso las cosas que poseen inequívocamente un valor de cambio —y que por tanto son, en términos formales, mercancías— absorben la otra clase de valor, aquel que no es monetario ni va más allá del intercambio. En esto consiste el aspecto ausente y no económico de lo que Marx denomina fetichismo mercantil. Para Marx, el valor de las mercancías está determinado por las relaciones sociales de producción; pero la existencia del sistema de intercambio convierte al proceso productivo en algo remoto y malentendido, y "enmascara" el verdadero valor de las mercancías (como en el caso, por ejemplo, de los diamantes). Esto hace posible la atribución social de un poder de tipo fetichista a las mercancías, poder que no guarda relación alguna con el verdadero valor de éstas. Ahora bien, nuestro análisis sugiere que una porción de dicho poder se asigna a la mercancía después de que ha sido producida, y que esto ocurre mediante el proceso autónomo, cognoscitivo y cultural de la singularización.

Dos enfoques occidentales de intercambio: Personas contra objetos

He destacado la naturaleza arrolladora de la mercantilización en la sociedad occidental como representativa de un tipo ideal de sociedad altamente comercializada y monetizada. Sin embargo, Occidente constituye también una entidad cultural única, que posee un conjunto históricamente condicionado de predisposiciones para concebir de ciertos modos al mundo.

Ya me he referido a una de tales predisposiciones: la consistente en separar conceptualmente a las personas de las cosas, considerando a las primeras como el coto natural para la individuación (o singularización), y a las segundas como el coto natural para la mercantilización. Esta separación, aunque arraigada en términos intelectuales en la antigüedad clásica y el cristianismo, se volvió culturalmente dominante al inicio de la modernidad europea. Desde luego, su negación más notable reside en la práctica de la esclavitud. Sin embargo, la importancia cultural de ésta puede estimarse con base en el hecho de

que la esclavitud planteó un problema intelectual y moral sólo en Occidente (véase Davis 1966, 1975), y casi en ningún otro lugar. Ahora bien, cualesquiera sean las complejas razones de este fenómeno, la distinción conceptual entre el universo de las personas y el de las cosas se volvió culturalmente axiomática en Occidente hacia mediados del siglo XX. Por tanto, no es sorprendente que el conflicto cultural en torno al aborto sea más violento en el presente siglo que en el anterior. Los bandos rivales pueden formular este conflicto en términos de la ubicación precisa de la línea divisoria entre las personas y las cosas, y del punto en que se inicia la "calidad de persona", pues tanto los partidarios como los opositores al aborto están de acuerdo en que es posible abortar "cosas" pero no "personas". Por eso, en las ocasionales batallas en los tribunales los individuos a favor del aborto tratan de obtener mandatos judiciales contra los intentos de los contrarios al aborto por ritualizar la eliminación de los fetos abortados, pues dicha eliminación ritual presupone la idea de "calidad de persona". De acuerdo con las concepciones involucradas, ambos contrincantes muestran un enorme contraste cultural con respecto a los japoneses. Estos últimos abrigan pocas dudas en relación con el aborto, pero reconocen la calidad de persona de los fetos abortados, a quienes atribuyen el estatus de *misogo* (almas perdidas) y honran en santuarios especiales (véase Miura, 1984).

Existe, por consiguiente, una perenne preocupación moral en el pensamiento occidental, independientemente de la postura ideológica del pensador, sobre la mercantilización de los atributos humanos, tales como el trabajo, el intelecto o la creatividad y, más recientemente, los órganos humanos, la capacidad reproductora femenina o los óvulos. La carga moral implícita en estas cuestiones proviene en parte de los prolongados debates sobre la esclavitud y la victoria de su abolición. De ahí la tendencia a recurrir a la metáfora de la esclavitud cuando la mercantilización amenaza con invadir la esfera humana, siendo la esclavitud el caso extremo en el que la totalidad de la persona se considera mercantilizada. La fuerza de las acusaciones morales contra el capitalismo formuladas por Marx y el papa León XIII se deriva de la noción de que el trabajo humano no debe ser una mera mercancía; en ello reside el poder retórico de términos como el de "esclavitud del salario". En las sociedades liberales occidentales más modernas, la incomodidad conceptual de asociar personas y mercancías vuelve ilegal la adopción de un bebé, si esto involucra una compensación monetaria para los genitores o padres físicos; acto considerado en muchas sociedades como satisfacción de una evidente demanda de equidad. Sin embargo, en el Occidente moderno la

adopción realizada mediante la compensación monetaria es concebida como venta del niño y, por ende, como algo semejante a la esclavitud, debido a la mercantilización implícita del infante (no obstante cuán amorosos sean los padres adoptivos). Así, la ley castiga tales compensaciones en Gran Bretaña, la mayoría de las provincias canadienses y en casi la totalidad de Estados Unidos.

El sello característico de la mercantilización es el intercambio. Empero, el intercambio posibilita el tráfico, y negociar con los atributos humanos implica un oprobio especial. Por ejemplo, no objetamos —no podemos hacerlo en este punto— la mercantilización y venta del trabajo (que es, por naturaleza, una mercancía terminal). Sin embargo, sí cuestionamos el acto de traficar con el trabajo, inherente a la mercantilización completa de éste. Hemos abolido el trabajo obligatorio, y los tribunales se han manifestado contra la mercantilización de los contratos laborales de deportistas y artistas. El argumento cultural opuesto a la "venta" por un equipo o un estudio cinematográfico de un beisbolista o un actor a otro patrón, está formulado con base en la noción de esclavitud. La transferencia del contrato obliga al trabajador a laborar para un empleador al que no ha escogido personalmente, motivo por el cual se le está forzando a prestar sus servicios de forma involuntaria. Aquí podemos advertir un importante detalle cultural en la mercantilización occidental del trabajo, que ésta debe ser controlada por el propio trabajador. En contraste, las obligaciones contractuales de pago —tales como el pagaré y la compra a plazos— y los contratos de alquiler son legalmente negociables; pueden ser y de hecho son vendidos y revendidos de manera ordinaria. De acuerdo con la misma lógica cultural, la idea de una tributación fiscal casi confiscatoria nos perturba mucho menos que una modesta cantidad de trabajo obligatorio y no remunerado. Como en el caso de negociar con el trabajo, la mercantilización directa de los servicios sexuales (que constituyen también una mercancía terminal) por parte de su prestador inmediato, nos parece menos criticable que el tráfico de dichos servicios a través de alcahuetes. Asimismo, desde el punto de vista moral, admitimos un poco más la posibilidad inminente de la venta terminal de los óvulos humanos que la noción de un tráfico comercial de ellos.

No obstante, la pregunta sigue siendo ésta: ¿qué tan seguros son los baluartes culturales occidentales que defienden la esfera humana en contra de la mercantilización, especialmente en el contexto de una sociedad secularizada para la cual resulta cada vez más difícil recurrir a sanciones trascendentales en materia de discriminación y clasificación culturales? He señalado que las economías son sensibles de

modo inherentes a las presiones mercantiles y que tienden a mercantilizarse tan ampliamente como lo permita la tecnología del intercambio. Entonces, respecto de la línea divisoria entre las esferas humanas y mercantil, ¿cuáles son los efectos de la tecnología desarrollada en el campo de la transferencia de atributos humanos? Me refiero a los recientes avances de la medicina en el terreno de la transferencia de órganos y óvulos, y del desarrollo de la maternidad sustituta. En el reino de la reproducción humana, la diferencia entre personas y cosas es particularmente difícil de definir, pues se resiste contra todos los intentos por trazar una línea divisoria ahí donde lo que existe es un continuo natural.

Desde luego, la idea de una maternidad sustituta directa —según la cual una mujer da a luz un bebé para la futura madre legal— requiere más una innovación legal que otra de tipo técnico. La idea en cuestión se ha afirmado al mismo tiempo que los avances técnicos en materia de la lucha contra la esterilidad femenina, si bien han comenzado a incrementar las esperanzas de las parejas sin hijos, continúan siendo ineficaces en muchos casos. Asimismo, constituye una respuesta a la contracción del suministro de bebés dados en adopción, ocurrida en la década de los sesenta a causa del uso de la píldora anticonceptiva y, en la década de los setenta, por la legalización más extensa del aborto. Recientemente, el panorama se ha complicado en virtud del desarrollo de medios técnicos para el trasplante de óvulos, lo cual plantea la posibilidad del tráfico de los medios físicos de la reproducción. Las objeciones comunes contra la maternidad sustituta suelen formularse en los términos de la impropiedad de la mercantilización. He aquí el comentario del ministro de servicios sociales de una provincia canadiense: "No se puede comprar un bebé en Ontario." Sin embargo, resulta aceptable, al menos para algunos, que la madre sustituta afirme que no recibirá ningún "pago", sino una "compensación" de 10 mil dólares, por concepto de "las molestias ocasionadas a mi familia y los riesgos involucrados". En el caso de la entidad encargada de la producción sustituta de hijos, tiene gran importancia declarar lo siguiente: "El nuestro no es un negocio de alquiler de úteros." En el ínterin, mientras discuten los teólogos y moralistas, el costo de conseguir una madre sustituta se ha elevado a cerca de 25 mil dólares (Scott, 1984).

Por supuesto, existe un antecedente en materia de mercantilización de atributos humanos físicos: en Estados Unidos, el suministro de sangre a la práctica médica depende abrumadoramente del mercado directo del líquido vital; en contraste con la mayoría de los países europeos, por ejemplo, donde se ha rechazado deliberadamente el

manejo mercantil a ese respecto (Cooper y Culyer, 1968). En la actualidad los avances en el terreno del trasplante de órganos y el aprovisionamiento insuficiente de éstos plantean la misma pregunta que en el pasado provocó el caso de la sangre: en relación con las políticas públicas, ¿cuáles son los modos óptimos para garantizar un suministro adecuado? Mientras tanto, han comenzado a aparecer anuncios de compradores de riñones con fines de trasplante.

El debate sobre el manejo de los óvulos se halla todavía en su etapa inicial. Desde la perspectiva cultural, esta situación resulta más compleja que la referida al caso del esperma, el cual se mercantilizó desde hace algún tiempo sin provocar gran discusión. ¿Ello se debe acaso a que el óvulo es visto como el núcleo básico del futuro ser humano? ¿O, quizá, a que las mujeres adoptan supuestamente una actitud maternal con respecto a los óvulos, considerándolos bebés potenciales y por tanto no susceptibles de ser vendidos, mientras que los hombres no suelen mostrar sentimientos paternales en relación con su esperma?[2] (En muchas sociedades, la generación de la vida es descrita como la unión de ambos elementos; pero los occidentales utilizan la metáfora científica según la cual tiene lugar la fecundación *del* óvulo *por* el espermatozoide, la célula femenina se convierte así en el homúnculo que es activado a la vida.) El desarrollo inevitable hacia procedimientos rutinarios de trasplante de óvulos y el congelamiento de éstos con fines de almacenamiento representarán una expansión de la tecnología de intercambio de atributos humanos, incluyendo la posibilidad de traficar con ellos. Entonces, podemos preguntarnos si esto incrementará la permeabilidad de la frontera entre el mundo de las cosas y el de las personas, o si la línea divisoria se desplazará con base en el recurso de nuevas definiciones, aunque permaneciendo tan rígida como antes.

Conclusión: Tipos de biografías

A pesar de que la mercancía y el objeto singular son opuestos, ninguna cosa llega a alcanzar completamente el extremo mercantil último del continuo ubicado entre ambos polos. No existen mercancías perfectas. Por otra parte, en toda economía la función del intercambio parece contener una fuerza inherente, capaz de conducir al sistema de intercambio hacia el mayor grado de mercantilización que la tecnología de intercambio permita. Las fuerzas contrarrestantes son la cultura y el individuo, con su tendencia a discriminar, clasificar, comparar y sacralizar. Esto significa, tanto para la cultura como para

el individuo, librar una batalla en dos frentes: en contra de la mercantilización, en tanto instancia homogeneizadora de los valores de cambio, y en contra de la singularización absoluta de las cosas, tal como es su naturaleza.

En las sociedades a pequeña escala y no comercializadas, el impulso hacia la mercantilización fue contenido con frecuencia por las insuficiencias de la tecnología del intercambio, en especial por la ausencia de un sistema monetario bien desarrollado. Esto posibilitó la categorización cultural del valor de cambio de las cosas, sobre todo en la forma de esferas cerradas de intercambio, y satisfizo las necesidades cognoscitivas individuales de clasificación. Así, la clasificación cultural colectiva restringió la exuberancia innata de las clasificaciones privadas y puramente idiosincrásicas.

En las sociedades a gran escala, comercializadas y monetizadas, la existencia de una sofisticada tecnología de intercambio permite que la economía sea inundada por la mercantilización. En todas las sociedades industriales contemporáneas, cualesquiera sean sus ideologías, la mercantilización y la monetización tienden a invadir casi la totalidad de sus aspectos, sea mediante un modo franco o a través del mercado negro. Asimismo, los nuevos avances tecnológicos (por ejemplo, en el campo de la medicina) abren áreas antes cerradas a las posibilidades del intercambio y tales áreas suelen mercantilizarse rápidamente. La homogeneización de valores subsecuente a la mercantilización, y la incapacidad de la cultura colectiva de la sociedad moderna para arreglárselas con esa llanura o monotonía, producen dos resultados: por una parte, frustran al individuo y, por la otra, hacen factibles innumerables clasificaciones por parte de los individuos y los grupos reducidos. Sin embargo, estas clasificaciones permanecen en el plano privado y, salvo el caso de los grupos hegemónicos en términos culturales, carecen de apoyo público.

En consecuencia, la economía de las sociedades complejas y altamente monetizadas muestra un sistema de valoración bipolar: por una parte, se halla el área homogénea de las mercancías y, por la otra, el área extremadamente abigarrada de la valuación privada. Complicaciones adicionales surgen de la referencia constante por parte de la tasación privada a la única valoración pública confiable, es decir, la suministrada por el área mercantil. Resulta inevitable que al conferir un precio al valor, aquél se convierta en la medida de éste. El producto de todo ello es un complicado entrelazamiento de la esfera mercantil de intercambio con la plétora de clasificaciones privadas, lo cual conduce a anomalías y contradicciones, y a conflictos tanto en el plano de la cognición individual como en el de la interacción entre indivi-

duos y grupos. En cambio, la estructura económica de las sociedades a pequeña escala del pasado exhibía una armonía relativa en las valoraciones económicas, culturales y privadas. Semejante diferencia nos lleva hacia perfiles biográficos completamente distintos de las cosas.

En este punto vale la pena hacer una aclaración. A pesar de que me he centrado en el gran contraste existente entre los dos tipos económicos ideales y polares, los casos empíricos cuyo estudio resulta más interesante, esto es, que proporcionan una mayor utilidad teórica, son aquellos ubicados en el punto intermedio de ambos extremos. Con base en el examen de tales casos, podemos conocer lo siguiente: las formas sutiles en que se entretejen las fuerzas de la mercantilización y la singularización; el modo en que violan las reglas al moverse entre ambas esferas, las cuales están supuestamente aisladas una de la otra; la manera en que se transforma aquello que es intransformable en términos formales; cómo se enmascaran tales acciones y con la connivencia de quién; por último, la forma en que se reorganizan las esferas y se reordenan las cosas dentro de ellas a lo largo de la historia de una sociedad dada. Igualmente interesantes son los casos donde interactúan sistemas diferentes de mercantilización de diversas sociedades. Por ejemplo, Curtin (1984) ha mostrado la importancia de las diásporas para la historia del comercio mundial; sus negociantes, que integran un grupo cuasi-cultural, suministran los canales para el movimiento de productos entre sociedades desemejantes. Resulta evidente la utilidad de tales grupos de comerciantes al actuar como mediadores entre distintos sistemas de intercambio. Mediante el amortiguamiento del impacto directo del comercio mundial, esta mediación evita que las sociedades involucradas consideren amenazadas sus ideas particulares sobre el intercambio, resguardando sus barrocos sistemas de intercambio en la comodidad del localismo cultural. Quizá esto explique la sorprendente viabilidad, en términos históricos, de los sistemas económicos localistas situados en medio de redes mundiales de comercio. Asimismo, puede dar cuenta de lo que por largo tiempo ha representado un enigma para la antropología económica: la expansión limitada, hasta el siglo XX, de una moneda "de uso múltiple"; expansión mucho más restringida de lo que podrían sugerir la teoría de la difusión o el utilitarismo de sentido común. Habiendo señalado lo anterior, debo regresar al gran contraste entre las sociedades "complejas y comercializadas" y aquéllas "a pequeña escala", sobre cuyas implicaciones ha versado el presente ensayo.

Se puede plantear una analogía entre el modo en que las sociedades construyen individuos y la forma en que construyen cosas. En las sociedades a pequeña escala, las identidades sociales de las personas son relativamente estables y sus cambios suelen estar más condicionados por las reglas culturales que por las idiosincrasias biográficas. En la biografía de una persona ordinaria, el drama se deriva de lo que sucede al interior de un estatus determinado. Reside en los conflictos que se originan entre el yo egoísta y las demandas inequívocas de las identidades sociales dadas, o en los problemas que surgen de la interacción entre los actores poseedores de papeles definidos dentro de un sistema social claramente estructurado. La agitación existente en el marco de las biografías es de una diversidad picaresca. Al mismo tiempo, el individuo que no encaja con las posiciones estipuladas, es singularizado de acuerdo con una identidad especial —la cual puede ser sagrada o peligrosa y, a menudo, ambas— o expulsado. En las sociedades a pequeña escala, las cosas son moldeadas de una manera similar. En el sistema nítidamente estructurado de los valores de cambio y las esferas de intercambio, su estatus es del todo claro. La biografía memorable de la cosa está integrada, en su mayor parte, por acontecimientos que ocurren dentro de una esfera determinada. Cualquier cosa que nos adecue a las categorías es anómala y extraída de la circulación normal, para ser sacralizada, aislada o eliminada. Lo que destaca en las biografías tanto de los miembros como de las cosas de estas sociedades es, ante todo, el sistema social y las interpretaciones colectivas en que éste descansa.

En cambio, en las sociedades complejas, las identidades sociales de las personas no sólo son numerosas sino también, a menudo, conflictivas, y no existe una jerarquía clara de lealtades que permita el predominio de una identidad sobre las otras. Aquí el drama de las biografías personales se ha convertido de modo creciente en el drama de las identidades: de sus colisiones, de la imposibilidad de elegir entre ellas, y de la ausencia de señales provenientes de la cultura y la sociedad en su conjunto que contribuyan a la consecución de dicha elección. En resumen, el drama consiste en el carácter incierto de la identidad; un tema cada vez más dominante en la literatura occidental moderna, donde este tópico hace a un lado los dramas de la estructura social (incluso en los escritos que versan sobre casos tan eminentemente estructurales como el de las mujeres o el de las "minorías"). En las sociedades complejas, la biografía de las cosas revela un patrón similar. En el mundo homogeneizado de las mercancías, la biografía memorable de una cosa se convierte en la historia de las diversas singularizaciones experimentadas por ella,

de las clasificaciones y reclasificaciones a las cuales ha estado sujeta en un mundo incierto de categorías cuya importancia varía con cada modificación menor del contexto. Al igual que en el caso de las personas, el drama reside aquí en la incertidumbre tanto de la valoración como de la identidad.

Todo lo anterior sugiere la necesidad de enmendar la profunda noción durkheimiana de que la sociedad ordena el mundo de las cosas de acuerdo con la estructura prevaleciente en el mundo social de sus miembros. Además, quiero agregar que las sociedades restringen a ambos mundos de forma similar y simultánea, motivo por el cual construyen objetos del mismo modo que construyen individuos.

Notas

Quiero agradecer los valiosos comentarios de Arjun Appadurai y Barbara Klamon Kopytoff, los cuales condujeron a la redacción de este ensayo. Asimismo, agradezco las sugerencias de Jean Adelman, Sandra Barnes, Muriel Bell, Gyan Prakash, Colin Renfrew y Barbara Herrnstein Smith, que contribuyeron a integrar la versión final de este trabajo.

[1]Mi agradecimiento a Barbara Herrnstein Smith, quien me hizo reflexionar sobre la importancia de tales instituciones en el proceso en cuestión.

[2]Agradezco esta sugerencia de Muriel Bell.

Referencias

Bohannan, Paul
1959, "The Impact of Money on an African Subsistence Economy", en *Journal of Economic History*, 19, 491-503.

Braudel, Fernand
1983, *The Roots of Modern Capitalism*, Nueva York.

Cooper, Michael H. y Anthony J. Culyer
1968, *The Price of Blood: An Economic Study of the Charitable and Commercial Principles*, Londres.

Curtin, Philip D.
1984, *Cross-Cultural Trade in World History*, Cambridge.

Davis, David Brion.
1966, *The Problem of Slavery in Eestern Culture*, Ithaca, N.Y.
1975, *The Problem of Slavery in the Age of Revolution: 1770-1823*, Ithaca, N.Y.

Douglas, Mary y Baron Isherwood
1980, *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*, Londres. (*El mundo de los bienes*, Grijalbo, México.)
Dumont, Louis
1972, *Homo Hierarchicus*, Londres.
Durkheim, Emile
1986, *Las formas elementales de la vida religiosa*, México, Premia. (Versión original francesa, 1912.)
Durkheim, Emile y Marcel Mauss
1963, *Primitive Classification*, Londres. (Versión original francesa, 1903.)
Ekch, Peter P.
1974, *Social Exchange Theory*, Londres.
Homans, George
1961, *Social Behavior: Its Elementary Forms*, Nueva York.
Kapferer, Bruce, comp.
1976, *Transactions and Meaning*, Filadelfia.
Kopytoff, Igor
1982, Slavery. *Annual Review of Anthropology* 11: 207-230.
Kopytoff, Igor y Suzanne Miers
1977, "African 'Slavery' as an Institution of Marginality", en S. Miers e I. Kopytoff, comps., *Slavery in Africa: Historical and Anthropological Perspectives*, pp. 3-81, Madison, Wis.
Kroeber, A.L.
1925, *The Yurok. Handbook of the Indians of California*, Bureau of American Ethnology Bulletin, 78.
Langness, L.L.
1965, *The Life History in Anthropological Science*, Nueva York.
Meillasoux, C.
1975, Introduction. En Meillasoux comp., *L'esclavage en Afrique précoloniale*, París.
Miura, Domyo
1984, *The Forgotten Child*, Henley-on-Thames, Inglaterra.
Patterson, Orlando
1982, *Slavery and Social Deaht: A Comparative Study*, Cambridge, Mass.
Pospisil, Leopold
1963, *Kapauku Papuan Economy*, Publicaciones de Yale sobre antropología, núm. 61. New Haven, Conn.

Rivers, W.H.R.
1910, "The Genealogical Method Anthropological Inquiry", en *Socilogical Review*, 3, 1-12.

Scott, Sarah
1984, "The Baby Business", en *The Gazette* B-1, 4, Montreal, 24 de abril.

Thompson, Michael
1979, *Rubbish Theory: The Creation and Destruction of Value*, Nueva York.

Vaughan, James H.
1977, "Mafakur: A Limbic Institution of the Marghi (Nigeria)", en S. Miers e I. Kopytoff, comps., *Slavery in Africa: Historical and Anthropological Perspectives*, pp. 85-102, Madison, Wis.

SEGUNDA PARTE

INTERCAMBIO, CONSUMO Y OSTENTACIÓN

III. DOS TIPOS DE VALOR EN LA PORCIÓN ORIENTAL DE LAS ISLAS SALOMÓN

WILLIAM H. DAVENPORT

Hace ya muchos años que Malinowski planteó la útil distinción entre mercancías ordinarias, las cuales eran intercambiadas dentro de mercados convencionales, y objetos valiosos, los cuales sólo podían intercambiarse entre sí y en contextos restringidos y ritualizados. Esta diferencia entre intercambiabilidad general y circunscrita ha constituido uno de los temas principales (y una fuente de disputas) en el estudio comparativo de los sistemas económicos. En el presente ensayo, describo el modo en que se combina el trabajo y los materiales para producir bienes duraderos que no pueden ser intercambiados ulteriormente. Se trata de artículos que están más allá del potencial de intercambiabilidad y que, por tanto, se hallan fuera de la categoría mercantil.

El área geográfica incluida en el análisis es la porción oriental de las islas Salomón, ubicadas en el Pacífico sudoccidental, e incluye la zona oriental de la isla San Cristóbal y dos pequeñas ínsulas, Santa Ana y Santa Catalina. Todas las comunidades de esta área utilizan dialectos derivados de una lengua denominada originalmente kahua;[1] asimismo, poseen una cultura local muy similar, diferente de la cultura y los idiomas del sector occidental de San Cristóbal y de las islas de la Santa Cruz, localizadas al este del archipiélago Salomón.[2] El centro de atención se ubica en la pequeña isla de Santa Catalina, o Aoriki, pues en ese lugar efectué la etapa más intensa de mi trabajo

de campo (entre 1965 y 1966). Además, en ese sitio se había preservado con mayor nitidez la cultura precolonial.

En tales sociedades existen muchos eventos donde el intercambio y el consumo de ciertas mercancías son esenciales para el mantenimiento y la modificación de las relaciones sociales. Con todo, los acontecimientos que exigen mayor atención y que, en el momento oportuno, representan el esfuerzo social último, son tres celebraciones conmemorativas, llamadas genéricamente *-murina*, que se verifican con motivo del fallecimiento de parientes importantes. Las tres *-murina* se ubican en una escala creciente y constituyen la continuación de dos ritos funerarios iniciales. Incluyo a continuación una breve descripción de la secuencia.[3]

Después del deceso de cualquier hombre, mujer o niño, tiene lugar un periodo de duelo, el cual oscila desde unas cuantas horas en el caso de un infante, hasta varios días en el de un adulto importante. Al cabo de dicho periodo, se verifica el entierro, usualmente en un cementerio determinado. Luego, todos los miembros de la comunidad observan alguna forma de luto, cuya rigurosidad está en función de la relevancia del difunto. Por ejemplo, puede decidirse por consenso mantener un silencio total en la aldea; el objetivo es inmovilizar a los deudos próximos, mientras que los parientes lejanos y los que no son familiares salen del área residencial para desempeñar las actividades cotidianas y sostener a los que permanecen en sus hogares. Independientemente de la severidad del luto, siempre que un adulto muere se interrumpe el comercio interno y externo de la aldea, se suspende el paso de canoas y se obstruyen los caminos.

Después de un intervalo de cinco a diez días, los deudos próximos al difunto ofrecen un pequeño banquete, como una expresión de gratitud a toda la comunidad. Asimismo, este acto representa la exoneración de la obligación de mostrar aflicción, y sirve para compensar, simbólicamente, las molestias ocasionadas por el luto. Ahora bien, algunos aldeanos deciden continuar el periodo de duelo, cuyas manifestaciones pueden ser mínimas o muy estrictas, de acuerdo con los sentimientos y las obligaciones personales respecto del fallecido.

Meses más tarde, se ofrece un segundo banquete a la comunidad en su conjunto, que comprende un alimento especial para quienes han continuado exhibiendo señales de duelo. Este platillo especial debe incluir carne de cerdo, lo cual eleva el valor económico del segundo banquete en relación con el primero, donde se distribuyen budines propios de una celebración, esto es, budines elaborados con

materias primas de buena calidad y almendras canarium (frutos altamente apreciados), pero donde no se reparte carne. El valor total del segundo banquete se incrementa si son numerosas las porciones de carne de cerdo por ofrecer, si se tiene que viajar a otra comunidad para comprar el cerdo (lo cual implica esfuerzos y gastos adicionales) y si se encarga a un artesano el tallado de nuevas vasijas de madera para servir los ofrecimientos especiales. La contratación del artesano no sólo implica pagar su trabajo en moneda local, sino también suministrarle alimentos (a él y a toda su familia) durante el desempeño de las labores de tallado, pues el artesano no puede llevar a cabo simultáneamente las actividades de subsistencia. La contratación de un tallador de otra aldea significa que los parientes del difunto están dispuestos a realizar un esfuerzo adicional, el de solicitar los servicios de un artesano notable.

Estos dos primeros banquetes constituyen los ritos funerarios, y ambos deben ofrecerse en el deceso de cualquier adulto. Se supone que la escala relativa de las ceremonias mortuorias es proporcional al rango social del difunto. El espíritu de tales prácticas consiste en que los parientes próximos al fallecido agradezcan a toda la comunidad sus expresiones de dolor y, en especial, a quienes han manifestado un luto prolongado. Desde luego, las personas que asumen la responsabilidad de los banquetes son auxiliados por los individuos con los que mantienen una asociación estrecha o que están en deuda con ellas. Así, la fuente de la riqueza distribuida reside en esta "afinidad" de deudos y amigos, encarnada por cada uno de los organizadores involucrados. Desde el punto de vista del patrocinador, la organización de los ritos funerarios implica, por una parte, demandar el pago de créditos o préstamos personales otorgados al ayudar a otros en ceremonias mortuorias previas y, por la otra, crear nuevas deudas personales, las que se saldarán cuando el acreedor solicite en el futuro su asistencia para la organización de un evento similar.

Las redes de créditos y deudas personales establecidas de ese modo (entre otros) constituyen la base de la posición y el rango sociales. Cuanto más intrincada sea la historia de créditos y deudas de una persona, mayor será su importancia en la comunidad, y cuanto más alto sea su rango social, mayor será su influencia. Asimismo, todos los créditos y deudas pasan a integrar la herencia de los sujetos. En consecuencia, un individuo acaudalado al fallecer suele legar créditos, y sus herederos pueden demandarlos para celebrar el funeral. En el marco de las transacciones sociales de esta naturaleza, la negativa a pagar las deudas contraídas representa una ofensa legal muy grave. Si

el deudor o alguno de sus herederos no atiende la demanda pública de pago interpuesta por el acreedor, este último queda autorizado para apoderarse de la porción de huerta utilizada por aquél. En virtud de que los matrilinajes poseen colectivamente los predios destinados a huertos, una apropiación de ese tipo es un asunto que compete a muchas personas.

Las mercancías comestibles, tales como los alimentos preparados y la carne de cerdo, constituyen el fundamento de las transacciones sociales. Entre los individuos todas las transacciones mercantiles representan contratos económicos: lo que se otorga debe ser retribuido ante la solicitud expresa, en la misma cantidad y dentro de un periodo "razonable", aunque sin intereses. Con todo, cuando una persona suministra mercancías al "público", en el contexto de un rito social, no se provoca ninguna deuda económica. En su lugar, el donante es recompensado con un acrecentamiento proporcional de prestigio. Debido a que cada rito social que incluye la distribución de mercancías implica, por una parte, el pago de deudas contraídas en ritos previos y, por la otra, la formación de nuevas deudas por pagar en ritos posteriores, todo rito está vinculado a otros celebrados en el pasado y a otros por celebrar en el futuro.

Ahora bien, en el caso de muerte de adultos de un rango social importante, se verifican prácticas conmemorativas adicionales. Cabe destacar que la estructura y organización de este tipo de ritos son diferentes de las dos celebraciones funerarias iniciales. El comienzo de la primera práctica conmemorativa (de las tres posibles) puede comprenderse desde dos puntos de vista sociales. En primer lugar se halla el caso del individuo, usualmente un varón, que se considera sucesor del difunto y decide honrar a su predecesor (quien pudo ser su padre, hermano mayor, tío materno o tan sólo un mentor); entonces, convence a otros hombres mayores de la comunidad para que hagan lo mismo en relación con otras personas que deseen honrar de este modo. En segundo está el caso del grupo de hombres y mujeres mayores de la comunidad que deciden honrar cada cierto tiempo a las personas importantes fallecidas en el intervalo comprendido entre una y otra celebración de este tipo. En Aoriki, el primer reconocimiento especial posterior a la muerte se denomina *owota*, pero las demás comunidades de la porción oriental de las islas Salomón utilizan otros nombres para designar el evento.

Debido a que el *owota* está dividido en mitades (aunque este principio de bifurcación varía de comunidad en comunidad), cada adulto, pero sobre todo cada hombre, es emparejado con alguien de un rango social similar. Todos los que honran a un difunto ofrecen

una presentación a un socio de posición semejante. Después, en un *owota* subsecuente, los socios que han recibido las presentaciones (o sus herederos) deben corresponder con presentaciones iguales o mayores.

La presentación consiste en una vasija grande, tallada especialmente para el evento, que contiene alimentos preparados y carne de cerdo cocinada; el tamaño de la vasija y la cantidad de carne suelen variar, así como el esfuerzo y los gastos involucrados en el tallado de la vasija, la obtención del cerdo y la reunión de las materias primas empleadas en la elaboración del budín. En este banquete, cada persona invierte el monto máximo de que dispone, considerando el apoyo al cual puede recurrir, sus demás obligaciones y su estrategia a largo plazo en materia de presentaciones por ofrecer en el futuro. No obstante, la magnitud del reparto debe ser por lo menos igual a la de la distribución recibida en el pasado de parte del donador, o de un predecesor cuya deuda haya heredado o vaya a asumir.

Algunos años más tarde, los individuos que desean honrar nuevamente al mismo difunto pueden ofrecer un segundo banquete, acto con el cual incrementan su rango social. En Aoriki, el segundo reconocimiento es denominado *rate mataufa*, que significa "completar la sepultura". En relación con el *owota*, el *rate mataufa* es de una escala mucho mayor, pero involucra una cantidad menor de muertos honrados.

Las consecuencias de estos dos intercambios conmemorativos son el establecimiento y la validación pública de la jerarquía social de la comunidad, la cual ha sufrido una desestabilización como resultado del deceso de una persona importante o *arafa*. Desde otra perspectiva, se trata de un rito colectivo de sucesión, pues está involucrado el rango social. Estas prácticas son susceptibles de diversas manipulaciones. Un socio puede desafiar a otro al ofrecer un banquete inesperadamente abundante, motivo de pública humillación para el segundo. El socio agasajado puede sostener que está recibiendo menos de la deuda contraída, afirmación con la que insulta al donante. El anfitrión puede ofrecer un reparto inopinadamente pequeño, alegando que sólo eso merece su socio. En consecuencia, los intercambios conmemorativos pueden convertirse en competencias, y pueden funcionar como foros públicos para ventilar agravios y disputas añejas; empero, ésa no es la regla. El objetivo es que los intercambios sean armónicos y que la comunidad en su conjunto se sienta satisfecha con tales transacciones. En particular, la comunidad debe sentirse orgullosa por haber honrado a los difuntos relevantes, y debe existir un acuerdo general sobre la jerarquía de rango social exhibida por los participantes principales.

Los dos tipos de intercambios conmemorativos recién descritos se relacionan con la comunidad inmediata, esto es, con una sola aldea o con un grupo de aldeas pequeñas y contiguas. Los alimentos que son reunidos y ofrecidos a los socios se redistribuyen a la larga, más o menos en forma equitativa, y se consumen localmente. Las vasijas talladas en que se sirven los alimentos no se vuelven a utilizar, convirtiéndose en testimonios materiales de las transacciones. Ahora bien, se verifica una pequeña pérdida de la riqueza comunitaria a través de la compra de mercancías y servicios, como el de los talladores, a otras comunidades. No obstante, con el paso del tiempo, estas fugas económicas se compensan con la venta de mercancías y servicios especializados a otras comunidades que practiquen el mismo tipo de ritos ceremoniales y que, como ya se ha señalado, realcen el valor de compras cuya realización implica el esfuerzo adicional de trasladarlas fuera de la comunidad de origen.

En este punto, vale la pena incluir un comentario sobre las vasijas talladas especialmente para las prácticas conmemorativas. Hasta hace unos cuantos años, nunca se volvían a utilizar en intercambios subsecuentes estas vasijas. Estas vasijas, como ya se ha enfatizado, constituían la evidencia material de un intercambio, y con frecuencia se les exhibía informalmente en la parte exterior de las viviendas; empero, sí se les otorgaba un uso con fines mundanos. Servían para bañar a los bebés; en el mar, se convertían en canoas diminutas para los niños; por último, las vasijas rotas y podridas se empleaban como comederos para los cerdos. En otras palabras, estas vasijas especiales, algunas de las cuales eran magníficas obras de arte, sólo se utilizaban en una ocasión y, después, se abandonaban al proceso de deterioro.

Ahora bien, existe otra clase de práctica conmemorativa que se celebra aproximadamente cada década. Esta celebración no sólo es el rito más importante de la serie, sino que también constituye el máximo esfuerzo económico y social verificado en las comunidades de la porción oriental de las islas Salomón. Se le denomina *-murina*, es decir, conmemoración.

La *-murina* se inicia con el consenso logrado por los hombres y mujeres importantes de la comunidad. Las consideraciones significativas que se hallan en la base de este acuerdo son las siguientes: la valoración favorable de los recursos totales de la comunidad; el compromiso de destinar tales recursos a la honra de difuntos relevantes, asumiendo la responsabilidad de efectuar las diversas tareas ambiciosas y costosas involucradas en el rito, y la obligación de celebrar la consumación de esas tareas agasajando a todas y cada una de las personas que deseen participar. La realización de esta práctica

implica varios años de planeación, preparativos y ejecución. El grado de éxito alcanzado por el rito será conocido por las demás comunidades de la región, y representará un indicador de la fuerza económica y social de la comunidad organizadora. Asimismo, cabe señalar que la *-murina* deja temporalmente exhausta a la comunidad en cuestión, al agotar su energía y riqueza excedente.

La principal diferencia estructural entre la *-murina* y el resto de las prácticas funerarias reside en las unidades sociológicas que inician el rito, lo apoyan y reciben sus obsequios. En las celebraciones mortuorias, los parientes próximos al difunto y los amigos de éstos son quienes comienzan el rito. En las dos prácticas conmemorativas (*owota* y *rate mataufa*), cuyo objetivo es honrar a los antepasados ilustres, el iniciador es una colectividad integrada por personas importantes (*arafa*). En el caso de la *-murina*, la iniciativa recae en la comunidad en su conjunto. En las celebraciones mortuorias la comunidad se autoaísla durante el periodo de duelo, y el rito conclusivo señala al restablecimiento gradual de las relaciones sociales intracomunitarias y extracomunitarias. En las prácticas conmemorativas la comunidad se divide en imagen e imagen reflejada, esto es, en mitades estratificadas que sostienen intercambios mutuos y equitativos. Tanto en las celebraciones mortuorias como en las prácticas conmemorativas, es mínima la cantidad de riqueza que se deposita fuera del plano comunitario. En el caso de la *-murina*, los sujetos receptores son las demás comunidades vecinas. La asistencia recíproca queda incluida entre las obligaciones comunitarias: se invita a personas que en el pasado agasajaron a los que ahora son anfitriones y a individuos que en el futuro saldarán esta deuda convirtiéndose en patrocinadores de otra *-murina*. A pesar de que la riqueza colectiva de la comunidad anfitriona se deposita fuera de los límites de ésta, la mayor parte de dicha riqueza habrá de reponerse al paso de los años, cuando las demás comunidades de la región celebren ritos equivalentes. Las relaciones recíprocas intercomunitarias establecidas por la *-murina* constituyen importantes lazos sociológicos que definen y unen a cada región comprendida en la porción oriental de las islas Salomón.

La ambiciosa tarea emprendida por la comunidad organizadora de la *-murina* consiste en la edificación de construcciones, las cuales permanecen como testamento material del rito y benefician directamente a la comunidad. Por lo menos se erige una estructura elegante en donde se exhiben, antes de ser ofrecidas a los invitados, enormes vasijas llenas de alimentos preparados y carne de cerdo cocinada. En relación con la estructura, se contrata a artesanos de muchas comunidades, a fin de que tallen las columnas, y diseñen y ejecuten otros

detalles arquitectónicos. Asimismo, se comisiona la confección de las vasijas, algunas de las cuales miden entre cuatro y cinco metros de largo. Por último, siempre hay otras labores involucradas, tales como el sembrado de cultivos adicionales, la cría y adquisición de muchos cerdos, y la planeación y realización de viajes a otras comunidades para comprar los materiales y los productos comestibles requeridos.

La tarea principal suele ser la construcción de canoas. Un tipo de éstas se halla representado por la canoa mercantil, denominada canoa de guerra, por la cual han adquirido gran celebridad las islas Salomón. Estas enormes canoas de madera, que implican la mayor inversión de capital para las comunidades, son consideradas como recursos vitales por los habitantes de las islas de Santa Ana y Santa Catalina, quienes deben importar la mayor parte de los alimentos que consumen. La fabricación de una canoa mercantil no se verifica exclusivamente con motivo de una *-murina*; puede construirse en el momento en que un isleño sea capaz de reunir los recursos necesarios. Sin embargo, las canoas fabricadas en el marco de una tarea conmemorativa son más elegantes y, por tanto, más caras que las otras. Las canoas mercantiles no sólo son esenciales para la economía de cada comunidad, sino que también son vistas como representaciones de la comunidad fuera de los confines de ésta, porque sólo se utilizan para visitar a otras comunidades.

Los habitantes de las islas Salomón pueden construir también canoas especiales destinadas únicamente a la pesca de los bancos estacionales de bonito y atún. A pesar de que estas especies marinas son muy estimadas como alimento, su pesca representa un empeño sagrado, dedicado a las principales deidades tutelares. Se considera que las canoas destinadas a la pesca del bonito constituyen la expresión suprema de destreza y habilidad artística. En algunos casos, se contratan los servicios de expertos, con objeto de que supervisen el diseño y la construcción de estas canoas; en otros, se comisiona su fabricación a otras comunidades. Cada canoa construida con motivo de una *-murina*, ya sea mercantil o para la pesca del bonito, se consagra a la memoria de un difunto importante. Una vez consagrada y botada, se convierte en un objeto sagrado que no puede ser vendido ni comercializado.

A menudo, los cráneos de los personajes honrados de mayor relevancia son desenterrados y colocados en cofres, los cuales se destinan a osarios y lugares sagrados. Existe una gran variedad de ritos de resepultura en la porción oriental de las islas Salomón, que parecen el resultado de las innovaciones introducidas en el contexto de la *-murina*. Una meta importante de esta práctica conmemorativa es

producir una impresión duradera en las demás comunidades, y un modo de lograrlo se basa en la innovación.

En unas cuantas comunidades de la porción oriental de las islas Salomón, el máximo esfuerzo conmemorativo consistía en ofrecer una recompensa monetaria por el secuestro de un niño, al cual se le asignaba el nombre del difunto honrado, y el trato de la representación viva y sagrada del fallecido. Quienes efectuaban el secuestro solían ser miembros de las comunidades vecinas, y debían realizar viajes distantes, fuera de los límites de las comunidades involucradas en la *-murina*, para obtener a la víctima. Se informa que cierta comunidad, quizá la más acaudalada del área, ofrecía una recompensa por el secuestro de adultos, a quienes se asesinaba y consumía en honor del difunto.

Asimismo, se sacrificaban vidas humanas para consagrarlas a las canoas mercantiles nuevas. Este rito se verificaba con el lanzamiento al agua de la canoa y una incursión en alguna comunidad lejana, donde se seleccionaba una víctima. Sin embargo, el acto significaba la pérdida de una vida dentro de la comunidad del propietario de la canoa, pues la venganza directa era inevitable.

Ahora bien, la construcción de una canoa sagrada destinada a la pesca del bonito implica el compromiso a largo plazo de mantener una tripulación de hombres jóvenes y vigorosos durante la temporada de pesca de esa especie. A lo largo de ese periodo estacional, todos los tripulantes habitan en un sitio apartado de la aldea o casas de las canoas sagradas, con objeto de mantenerse puros, es decir, libres de la contaminación producida por las mujeres y el escenario doméstico. Sus alimentos deben ser cocinados por separado. El costo de esta atención especial es alto, y debe ser cubierto por el propietario de la canoa, el individuo que organizó y pagó la construcción de ésta. El propietario adquiere gran renombre si su canoa y la tripulación tienen éxito en la captura del pez sagrado. Además, dicho éxito indica que la deidad tutelar y el espíritu del difunto al que se ha consagrado el rito tienen una disposición favorable hacia el dueño de la canoa y la comunidad en su conjunto. Cuanto más exitosas sean las canoas de una comunidad destinadas a la pesca del bonito, mayor será el prestigio de esa comunidad en el plano distrital.

El mantenimiento de una canoa mercantil constituye una aventura de negocios para el sujeto que patrocina su fabricación, pues lo mismo puede ser un asunto lucrativo que poco fructífero. Con todo, desde el punto de vista de la comunidad en su conjunto, el hecho de contar con muchas canoas mercantiles, especialmente si son muy activas, significa prosperidad ante los ojos de las demás comunidades.

La lista de los principales esfuerzos relacionados con la *-murina* que hemos proporcionado aquí es incompleta, además de que debe considerarse la gran acogida que ha tenido siempre la innovación. Idealmente, la labor conmemorativa no sólo debe ser difícil y cara, sino también, en la medida de lo posible, audaz. Este espíritu se aplica por igual a todas las etapas preparatorias. Cualquier cosa que se haga, ya sea el cultivo o la cosecha destinada a la celebración, los viajes comerciales o la organización de las cuadrillas de trabajadores, tiene que llevarse a cabo con bombo y platillo. Si existe una forma nueva de hacer algo, se experimentará con ella. Se toman prestadas ideas de los ritos practicados en otras partes. Todos los colaboradores son retribuidos por los patrocinadores de la actividad. Uno de tales gestos compensatorios es la contratación de mujeres jóvenes, cuyos favores sirven para estimular a los varones que se han esforzado en el trabajo.

En lo posible se presta gran atención a la cuestión estética. No basta con reunir los ingredientes necesarios en la preparación de un platillo; éstos son transportados desde los huertos o las canoas mercantiles por procesiones de jovencitas que van cantando. No basta con apilar las materias primas; antes de ser cocinadas, se invierte mucho tiempo arreglándolas en exhibiciones atractivas que toda la comunidad tiene la oportunidad de admirar. Los alimentos preparados, como ya se ha mencionado, son presentados en vasijas talladas especialmente para la ocasión, trabajo desempeño a veces por talentosos artesanos oriundos de otras comunidades. Además, después de llenar las vasijas con alimentos, se les decora elegantemente con nueces de betel, hojas de pimentero y lonjas de carne de cerdo. Antes del día festivo, se exhibe la comida preparada en la estructura edificada con ese objetivo.

Se crean canciones, los grupos de bailarines dedican muchas horas a ensayar, y se toman las medidas necesarias para traer a cantantes y bailarines de otras comunidades que mostrarán su arte durante el breve periodo de la culminación, lapso en que se ofrece el banquete a los invitados. Incluso a lo largo de la etapa preparatoria tienen lugar pequeñas fiestas y celebraciones, donde se reconoce la contribución de cada adulto con obsequios comestibles. En el evento culminante, periodo en el que se exhiben los resultados de la planeación, el gasto económico y el trabajo invertido, la celebración está imbuida del espíritu de un festival artístico y de un aire de derroche.

En el plano comunitario, no sólo los hombres y las mujeres importantes (*arafa*) ofrecen alimentos en honor de los difuntos, sino que también el resto de los adultos consagran su trabajo a un pariente fallecido. Por último, en el evento culminante, cada habitante ofrece

un obsequio a un invitado que ostente un rango social similar o a alguien que le haya otorgado un regalo en el pasado. De este modo, la comunidad en su conjunto queda involucrada en el honramiento de los muertos, y cada miembro de ella se compromete en una transacción con un forastero. No obstante, existe una gran diferencia entre los esfuerzos consagrantes de los *arafa* y los de las personas ordinarias: los espíritus honrados a través de la *-murina*, independientemente de que las representaciones materiales utilizadas sean una canoa, una casa, un cofre destinado al osario, una persona secuestrada o un sacrificio humano, se vuelven deificados, mientras que los difuntos honrados por medio del ofrecimiento de alimentos sólo son recordados y conmemorados.

Se admite que la armonía y la supresión de toda animosidad dentro de la comunidad son esenciales para el éxito de la *-murina*. Tales condiciones explican en parte el gran cuidado con que se manejan las compensaciones, en elogios sociales y recompensas materiales, a todos aquellos que colaboran con trabajo o mercancías. Existe el temor constante de que los desacuerdos no sólo disminuyan la cantidad aportada de trabajo, sino que también, durante el día festivo culminante al que asisten centenares de habitantes de muchas comunidades para presenciar los ofrecimientos formales de alimentos y carne de cerdo, los intercambios se desvíen del curso estipulado. En ese caso, podría ocurrir lo siguiente: supóngase que varios de los principales participantes están enojados y que, debido a ello, no ofrecen obsequios a sus socios respectivos, sino a las personas a las que les guardan rencor. Esto molestaría a los socios que esperan ser agasajados y que no reciben nada. Asimismo, este acto obligaría a los receptores inesperados a responder con reciprocidad, pero no están preparados para hacerlo. En consecuencia, la discordia convertiría el evento culminante en un desastre social para los patrocinadores.

En este punto cabe hacer una digresión sobre asuntos teológicos, al menos sobre los concernientes a Aoriki. Existen dos categorías separadas de deidades: una denominada *ataro ni mwani* o "deidades de los humanos", y la otra *ataro si fenva* o "deidades de la tierra". La deificación de los espíritus que tiene lugar en la gran celebración de la *-murina* involucra a las primeras, esto es, a las deidades derivadas de espíritus humanos. Las deidades de la tierra carecen de características individuales. Estuvieron presentes en y alrededor de la comunidad antes de la llegada de los humanos; convirtieron el medio ambiente en un entorno utilizable, productivo y fértil. Así, las deidades de la tierra posibilitan la acumulación de riqueza material y, por tal motivo, son honradas anualmente con una celebración ritual que

marca el inicio del año nuevo. Las deidades derivadas de los espíritus humanos guían el destino del hombre, le suministran poder, y lo protegen contra los espíritus extraños y los enemigos. Son reverenciadas a través de diversos ritos, practicados individual y grupalmente. Las celebraciones más importantes a este respecto son las iniciaciones periódicas de los jóvenes, y la pesca anual del bonito y el atún.

Ambas clases de deidades no sostienen una interacción directa. Su único vínculo está constituido por los humanos, quienes les rinden culto y dependen de ellas, aunque de modos diferentes. Desde la perspectiva religiosa, mi interpretación de la gran práctica conmemorativa o *-murina* consiste en que se trata de una prueba y una demostración periódicas de la fuerza y la eficacia de la relación dual entre los humanos y los dos órdenes de deidades. Con todo, se trata también de una especie de rito final de paso para los espíritus de los pocos individuos que completaron una vida llena de logros. Estos sujetos, contados y elegidos, son elevados al rango de los espíritus que controlan el destino de los vivos. La *-murina* no implica ajustes sociales internos que dependan del deceso de personas importantes de la comunidad, como sucede en las dos prácticas conmemorativas previas. En su lugar, establece la fuerza y el bienestar totales de la comunidad en relación con las demás comunidades de la región.

Los ofrecimientos arriba descritos, cuyo énfasis recae en la producción y distribución de diversas mercancías, pueden concebirse como prueba irrefutable de la existencia de un sistema de valores fuertemente materialista y de orientación mercantil en las subculturas de la porción oriental de las islas Salomón. Las cosas son producidas, manipuladas y consumidas, con fines personales, sociales, seculares y religiosos. Del mismo modo, se puede advertir que el destino creciente del trabajo a la tarea productiva aumenta el valor, esto es, el valor económico, del esfuerzo en su conjunto. Además, el valor incrementado (la escala de los empeños colectivos) se relaciona positivamente con el alcance social y geográfico de las celebraciones.

Asimismo, puede sostenerse que el valor material de las mercancías se intensifica con base en los embellecimientos estéticos, pues éstos implican un esfuerzo adicional y el uso de destrezas poco comunes. Por otra parte, el valor último sólo es alcanzable por medio del cobro de una vida humana lo cual, como ya se ha apuntado, significa la pérdida de otra, debido a la incontenible voluntad de venganza. Y para seguir con la argumentación, las vidas humanas se convierten en mercancías porque se dispone de ellas de un modo similar al que se dispone de los objetos materiales.

No obstante qué tan claro sea el razonamiento en favor de un sistema de valores materialista y de tendencia mercantil, yo no lo sostengo, pues lo considero falso. Mi opinión se fundamenta en la forma en que se concibe el talento artístico, y en el hecho de que el embellecimiento estético y el sacrificio de vidas humanas representan la expresión de los valores sociales más altos. Mediante uno u otro, o ambos, estas sociedades transforman las mercancías y los contextos mercantiles en bienes y situaciones no económicas. Una vez completadas las transacciones rituales, todos los objetos utilizados son consumidos (en el caso de los alimentos) o sacralizados (en el caso de las canoas). Todas las cosas vinculadas al rito son desmercantilizadas.

En Aoriki, y quizá en otros puntos de la porción oriental de las islas Salomón, el talento artesanal es considerado una destreza poco común. Sin embargo, el artista —en oposición al artesano— es el individuo que posee un talento excepcional en todas las habilidades con que debe contar una persona competente, y en algunas otras. Por ejemplo, se supone que cualquier varón adulto debe ser un carpintero diestro, capaz de edificar una casa, confeccionar cuencos para servir los alimentos cotidianos, fabricar una canoa destinada a la pesca, etcétera. Sólo unos cuantos sujetos sobresalen en todas las destrezas masculinas; aún son menos los que se convierten en maestros, quienes deben tener la suficiente capacidad para realizar tatuajes faciales que se imprimen en la piel de todos los niños. Debido a que estas habilidades —carpintería, escultura, técnicas de incisión, y aptitud para conceptualizar diseños y construcciones complejas— son indispensables en la fabricación de las canoas destinadas a la pesca del bonito y al comercio, la posesión de todos los talentos requeridos en la materia constituye la medida de un gran artesano, de un artista, de una persona excepcional. La misma evaluación se aplica a las mujeres, aunque en relación con el plegado, la cestería y otras artes femeninas.

Se cree que el trabajo extraordinario es resultado de algo más que el mero talento humano. Contiene tanto una inspiración como un auxilio, que sólo pueden provenir de las deidades tutelares. Así, con respecto a cada obra de arte genuina existe una conexión con lo sobrenatural, un elemento de espiritualidad.

El uso del talento excepcional está restringido a un conjunto limitado de objetos, los cuales se emplean exclusivamente en contextos sagrados o ritualizados. Por ejemplo, los miembros de la comunidad utilizan a diario cuencos de madera ordinaria, aunque bien tallados; todo individuo con un mínimo de destreza debe ser capaz de fabricar tales cuencos. Ahora bien, en el caso de los banquetes sagrados, los alimentos se sirven en cuencos elegantemente tallados y

taraceados, labores que no puede desempeñar cualquier hombre. Los cuencos finamente esculpidos sirven para diferenciar las comidas religiosas de las cotidianas. La misma distinción es válida para los postes de las viviendas y las columnas de estructuras erigidas con el fin de exhibir los ofrecimientos rituales; para las canoas destinadas a la pesca habitual y las usadas únicamente en la captura de los peces sagrados (el bonito y el atún); así como para las mercantiles individuales y las enormes canoas que emprenden ambiciosos viajes comerciales, y que en alguna ocasión se emplearon en una incursión. Ninguna mercancía ordinaria es embellecida o realzada con destrezas estéticas excepcionales. En resumen, la aplicación de las habilidades artísticas extraordinarias está circunscrita a los objetos usados solamente en ritos sagrados y seculares.

Además, todos los objetos rituales se fabrican con motivo de un evento particular. Ningún objeto ritual (ni ningún objeto estético) está hecho para el disfrute personal. Cualquier objeto confeccionado por un artista talentoso está destinado a ser utilizado en un rito, al cabo del cual se convierte en un recuerdo del evento en cuestión. En consecuencia, los objetos artísticos no obedecen a un tipo generalizado. Cada objeto es único por dos razones: primero, se trata de una creación individualizada y, segundo, constituye el registro material del evento para el cual fue creado.

No obstante, puede considerarse que el uso de destrezas excepcionales en la *—murina* representa una exhibición de riqueza, pues los artistas deben ser remunerados y el costo de su trabajo incrementa el valor económico total de la celebración. Este argumento resulta parcialmente verdadero, debido a que la inclusión de las habilidades de personas extraordinariamente dotadas acrecienta de modo sustancial los costos del rito. Asimismo, la realización de viajes a lugares lejanos para contratar los servicios de artistas renombrados, significa una inversión de trabajo que incrementa el valor económico de los objetos fabricados. Con todo, éste es un enfoque incompleto. Una vez que el objeto ha sido empleado en una práctica ritual, ya sea social o religiosa, jamás es destinado a la venta o al intercambio. Las canoas mercantiles y las empleadas en la pesca del bonito se vuelven a utilizar, pero son conservadas en los recintos sagrados de la casa de canoas, sitio que constituye también el emplazamiento de otras prácticas religiosas. Con el paso del tiempo, las canoas se vuelven inservibles y, durante su proceso de putrefacción, son albergadas en la casa de canoas junto con otros objetos sagrados y desechados. Las vasijas talladas donde se sirven los ofrecimientos comestibles no se emplean en ninguna otra festividad, pero son conservadas hasta que se desmo-

ronan. Las estructuras especiales edificadas con motivo de la práctica conmemorativa pueden funcionar como albergues para los visitantes; sin embargo, al final nunca se les sustituye, se espera en cambio a que se derrumben por sí solas.

Todo lo anterior significa que la utilización de destrezas excepcionales, o de lo que denominaríamos expresiones estéticas, distingue a ciertos objetos de las cosas y mercancías ordinarias, mediante su asignación exclusiva al uso ritual. Esto es, semejante utilización los desmercantiliza. Dicho de otro modo, los objetos embellecidos estéticamente aluden a un empleo y un contexto rituales. Pareciera que se añade al objeto una dimensión no material o espiritual,[4] restringiéndolo a una esfera donde los valores sociales y religiosos prevalecen sobre los económicos. No se debe olvidar que el cobro de una vida humana se asocia a la culminación de la práctica conmemorativa relacionada con una canoa mercantil, o bien constituye un evento conmemorativo en sí mismo. El cobro de una vida o el secuestro de un niño conducen al asesinato de un miembro de la comunidad en cuestión, como resultado de la venganza inevitable. En consecuencia, tales actos se convierten en un sacrificio. Cuando la expresión estética se combina con el cobro de una vida humana, como sucede en estos contextos rituales, parece existir otro tipo de sacrificio. El objeto embellecido es extraído del dominio económico de la compraventa. Una vez que se le ha empleado en un rito social o religioso, el objeto se vuelve sagrado, con lo que experimenta una extracción ulterior del reino de las cosas seculares y económicas.

No existe un rito para desacralizar los objetos sagrados. La práctica común en materia de eliminación de tales objetos, que incluye tanto las sobras como la basura generada por las comidas rituales, es aislarlos y dejar que se desintegren lentamente. En cada casa de canoas sagradas hay un pequeño recinto destinado a ese fin. Si este procedimiento de eliminación resulta muy prolongado, se permite que el objeto se desintegre en el mismo lugar en que se halle, pero continúa siendo tratado con respeto.

Desde la perspectiva tradicional resultaba inconcebible la idea de comerciar con los objetos sagrados. Existía un mercado para los diestros artesanos que los fabricaban, pero no un mercado para los objetos en sí mismos. En realidad, se temía que los objetos sagrados se asociaran a otra persona y a una deidad tutelar distinta de la propia. Incluso después de que los isleños fueron convertidos al cristianismo, la venta de los objetos sagrados, altamente codiciados en tanto arte exótico por los europeos, no fue condonada por los líderes comunitarios. En 1964, obtuve una colección de cuencos empleados en la

comunión ritual y fabricados en Natagera, Santa Ana (isla que acababa de abrazar la religión cristiana), con la condición de destinarla a un museo y de no permitir su venta. [5] Aún así, el recipiente ritual que pertenecía al líder de la congregación y que estaba consagrado a la deidad tutelar de dicha persona nunca me fue suministrado, en su lugar se me entregó una copia de esa pieza. En consecuencia, el conjunto de objetos quedó completo en un sentido material, pero la pieza más sagrada es conservada por la propia congregación para que complete su proceso de desintegración en la comunidad de origen. [6]

Con el abandono de la religión tradicional, la talla y otras expresiones artísticas dejaron de estar restringidas a la esfera religiosa. Con todo, a pesar de los apremios del clero liberal, hubo gran resistencia contra la asociación de esas labores a las creencias cristianas. Por otra parte, como resultado de la adopción del cristianismo, y del trato cada vez mayor con los europeos y sus demandas de arte exótico, se desarrolló un mercado para las destrezas estéticas tradicionales. Sin embargo, no todos los artistas verdaderamente talentosos se involucraron en el creciente mercado de curiosidades. Los pocos artistas que fueron atraídos por dicho mercado, descubrieron la dificultad de adaptar su trabajo a las diferentes exigencias mercantiles. En consecuencia, surgió un tipo distinto de artesanado, cuyos representantes más exitosos están respondiendo, sin duda de modo innovador, a un reino completamente diferente de gustos.

Así, yuxtapongo dos clases de valor en las culturas tradicionales de la porción oriental de las islas Salomón: uno material y económico, y otro místico y espiritual. El valor económico se deriva de la mayor parte de los trabajos y los materiales, y está representado por las mercancías que son compradas, vendidas o comercializadas. El valor espiritual se relaciona con lo sobrenatural, y está representado por el logro estético y la propia vida humana. Las representaciones del valor espiritual no son comerciables, esto es, nunca se convierten en mercancías. Ahora bien, las representaciones de los valores espirituales no se manifiestan por sí solas, es decir, por separado de las actividades y los materiales que en sí mismos representan valores económicos. Los objetos y las actividades que expresan y comunican valores espirituales constituyen transformaciones de mercancías. Los medios para lograr esa transformación son la aplicación de las destrezas estéticas y el cobro de vidas humanas. Sólo cuando tiene lugar la transformación el objeto o la actividad se convierte en una representación de lo sagrado y lo espiritual. Y una vez que ha ocurrido ese proceso, el objeto queda extraído para siempre del reino económico de las mercancías.

Si se conciben los ritos de la porción oriental de las islas Salomón como eventos que expresan valores sociales, se les puede ubicar entonces en una escala creciente. La secuencia, que se inicia con cualquier deceso en la comunidad y que culmina con la celebración decenal de la *-murina*, representa el gradiente de importancia cultural. De ello se desprende que cuanto mayor sea el valor social expresado por el evento, más amplia será la participación y más alto el gasto económico. Todos los ritos conmemorativos se diferencian de los demás eventos mediante la profusa exhibición de destrezas estéticas poco comunes; en el caso del rito más relevante, la distinción se basa en el sacrificio de vidas humanas. Durante los eventos rituales se amalgaman las dos clases de valores, económicos y espirituales. El valor económico se relaciona directamente con el tamaño y el alcance de la celebración, es decir, con la cantidad de participantes y el número de las comunidades de las que éstos son oriundos. La dimensión económica de la práctica ritual alude al reino tangible de las mercancías que son distribuidas y consumidas. El valor espiritual, tal como se evidencia en el uso de destrezas estéticas y el sacrificio de vidas humanas, constituye una expresión del reino intangible de las fuerzas sobrenaturales que influyen en todos los aspectos de la vida social. Únicamente al combinar ambos tipos de valor, el material y el espiritual, los valores sociales tradicionales se manifiestan plenamente.

NOTAS

[1] C.E. Fox, *The Threshold of the Pacific*, Nueva York, Knopk, 1925, pp. 4-6.

[2] Las principales descripciones etnográficas de las islas Santa Ana y Santa Catalina son las siguientes: Fox, *op. cit.*; Hugo A. Bernatizik, *Owa Raha*, Viena, Bernini Verlag, 1936; William Davenport, "Sculpture from the Eastern Salomon Islands", en *Expedition*, vol. 10, núm. 2, pp. 4-25, Filadelfia, 1967, y "Male Initiation in Aoriki", en *Expedition*, vol. 23, núm. 2, pp. 4-19, Filadelfia, 1980. Ninguna de estas descripciones versa sobre los ritos funerarios y conmemorativos analizados en el presente ensayo.

[3] A pesar de que utilizo el presente etnográfico, el periodo en cuestión finalizó a mediados de la década de los veinte, cuando el gobierno británico impuso la pacificación. En esa etapa los asesinatos y secuestros cesaron; empero, el ciclo completo de los eventos funerarios continuó vigente hasta el comienzo de los años cincuenta. En 1966, la única comunidad de la porción oriental de las islas Salomón que todavía practicaba un conjunto de ritos de todas clases era Santa Catalina o Aoriki. En diciembre de 1971 un huracán devastó la isla. Quedaron destruidas todas las canoas sagradas, las destinadas a la pesca del bonito y las mercantiles. La comunidad no las reconstruyó, ni restableció todos los ritos religiosos en la materia.

[4] El concepto "espiritual" no es utilizado aquí en el mismo sentido en que lo hace Wassily Kandinsky, en *De lo espiritual en el arte*, Barcelona, Barral Editores, 1973.

[5] La mitad de esta colección se halla en el Museo de la Universidad, en Filadelfia, Pensilvania, y la otra mitad en el Museo de las islas Salomón, ubicado en Honiara.

[6] Se trata de la copia del cuenco con la cual se sustituyó la pieza original registrada por Bernatizik, *op. cit.*, referencia núm. 100. Los residuos del cuenco fotografiado por Bernatizik aún se conservaban en un lugar sagrado y reconocible en 1966.

IV. LOS RECIÉN LLEGADOS AL MUNDO DE LOS BIENES: EL CONSUMO ENTRE LOS GONDOS MURIA

ALFRED GELL

El presente ensayo se ocupa del consumo como una forma de acción simbólica. Los bienes de consumo son algo más que meras envolturas de "utilidad" neutral. Son objetos cuya deseabilidad depende del papel que desempeñan dentro de un sistema simbólico. Desarrollaré este planteamiento del todo incontrovertible a partir de mis propias observaciones sobre la conducta en materia de consumo exhibida por los muria del sector centro-norte del distrito de Bastar, estado de Madhya Pradesh, India.

Los muria pertenecen a la categoría "tribal" (*adivasi*) establecida por la constitución de la India y, de acuerdo con el estereotipo oficial, los miembros de esa categoría permanecen en un estado de pobreza y explotación. El estereotipo oficial no está completamente errado en lo que toca a la mayor parte de la población *adivasi* (Fürer-Haimendorf, 1982); sin embargo, las condiciones del sector centro-norte de Bastar son excepcionales, pues en esa zona los muria disfrutan de ventajas materiales considerables en comparación con el campesinado de otros puntos del subcontinente (véase Hill, 1983). A su debido tiempo, trataré de explicar las causas de ese fenómeno.

En medio de la modesta prosperidad (o, al menos, seguridad) experimentada por la mayor parte de la población muria del sector centro-norte de Bastar, una o dos familias de cada aldea se han

enriquecido en mayor grado que las demás, y es en la conducta de consumo de tales familias acaudaladas en donde quiero centrar la atención. Considero que el de los muria "ricos" es un fenómeno relativamente nuevo, cuya antigüedad no rebasa un periodo de aproximadamente cincuenta años. Esto contribuye a explicar el motivo por el cual su conducta de consumo, caracterizada por un exagerado conservadurismo, ha adoptado la forma peculiar que ostenta.

Desde el punto de vista etnohistórico, examino un caso donde la naturaleza del consumo tradicional y el modo de asignar los bienes A a categorías simbólicas se han quedado atrás de los cambios objetivos ocurridos en las técnicas de producción, los cuales han dado lugar al incremento de la productividad económica. Entre los muria, la producción se adhiere a las premisas de un tipo de economía, mientras que el consumo sigue basándose en los supuestos de una clase totalmente diferente de economía. El resultado de este desfase es que los muria acaudalados acumulan una riqueza que no se atreven a gastar y que, en todo caso, no sabrían cómo gastar.

En esta sociedad poseer una riqueza llamativa significa colocarse en una condición anormal, la cual convierte en un asunto más problemático cualquier acto tentativo de consumo. Ante ello, la respuesta de los muria ricos consiste en actuar con lo que parece ser una excesiva parsimonia; empero, dicha moderación no tiene nada que ver con la avaricia encarnada por Scrooge o Volpone.* El verdadero tacaño admite tanto la posibilidad como la deseabilidad del consumo desenfrenado, lo cual intensifica para él la virtud de su propia restricción. Tal conducta es egotista y antisocial. Sin embargo, la fortuna de los muria se edifica de una forma completamente diferente. Su dificultad para consumir refleja una intensa sensibilidad con respecto a las premisas sociales ejercidas en los planos familiar, aldeano y de la sociedad en su conjunto. Los actos ostentosos de consumo que no están incluidos en el marco de las festividades públicas sancionadas tradicionalmente, son considerados amenazantes, arrogantes y disociadores.

En consecuencia, los ricos están obligados a consumir como si fueran pobres y, por ende, se vuelven aún más ricos. El resultado involuntario del patrón de restricciones impuestas al consumo, dirigido al mantenimiento de las normas equitativas, ha sido la socavación de la base económica igualitaria tradicional de la sociedad muria. A largo plazo, esto puede conducir al surgimiento de una clara

*Personajes literarios de Charles Dickens y Ben Jonson, respectivamente. (N. de la t.)

estratificación económica en lo que ha sido históricamente una sociedad homogénea y tribal. En las aldeas muria ha aparecido la categoría integrada por campesinos ricos y quasi-empresarios, quienes se hallan en proceso de autodefinición social con respecto al resto de la sociedad muria, o de búsqueda de un idioma que exprese su peculiaridad económica y social en el lenguaje del consumo simbólico. Para estas familias, los símbolos materiales de la riqueza exhibidos por los hindúes acaudalados de Bastar y por los funcionarios clasemedieros de las ciudades, esto es, por individuos no *adivasi* que disfrutan de ingresos similares, resultan inaceptables, precisamente porque se asocian a una identidad diferente de la muria. A continuación, incluyo descripciones detalladas de las familias que enfrentan este tipo de dilema en materia de consumo.

BIENES DE CONSUMO E IDENTIDAD PERSONAL

Antes de centrarnos en casos particulares deseo plantear algunos comentarios sobre el consumo como acto simbólico. Douglas e Isherwood (1980) han elaborado una interesante monografía en la materia, donde destacan la importancia central de los "ritos de consumo" para la mediación de la vida social. Este enfoque descansa firmemente en el conocimiento acumulado por la antropología tradicional de corte funcional-estructuralista. Incontables etnografías atestiguan el modo en que se expresan o, más bien, en que se producen las relaciones sociales durante las experiencias altamente estructuradas de toda clase de banquetes, juergas, compartimientos de pipas, etcétera.

Todas ellas son formas muy reconocibles de consumo; empero, pueden desviarnos si conducen a la ecuación falsa de "consumo igual a destrucción", pues en estos casos la comida, el licor y otros artículos apreciados están destinados a desaparecer. En tanto fenómeno general, el consumo no se relaciona con la destrucción de bienes y riquezas, sino con su reincorporación al sistema social que los produce. Desde la perspectiva del análisis sociológico, todos los bienes son tan indestructibles como los objetos valiosos de la kula (los artículos valiosos que circulan en el sistema kula de intercambio de las islas Trobriand, descrito por Malinowski, 1973). De lo que carecen en su mayor parte es de la indivisibilidad y de la permanente identificabilidad en tanto objetos recordados históricamente, que caracterizan a los artículos valiosos de la kula (Leach y Leach, 1984). Sin embargo, incluso los productos del todo efímeros, como los alimentos ofrecidos en una

fiesta, perduran en la forma de las relaciones sociales creadas por ellos, las que a su vez son responsables de la reproducción de bienes comestibles.

Lo que caracteriza al consumo de alimentos en un contexto festivo es la transformación —minúscula o muy importante, dependiendo de la naturaleza de la ocasión— que produce en las identidades sociales de los participantes en la transacción involucrada: anfitrión-invitado, alimentador-alimentado. Desde el punto de vista analítico, esta transformación es completamente diferente de cualquier proceso metabólico simultáneo relacionado con los artículos alimenticios. En muchas de las fiestas celebradas en Nueva Guinea, los alimentos ni siquiera son ingeridos por los participantes, pero continúan constituyendo ritos de consumo, en el sentido utilizado por Douglas e Isherwood (Brown, 1978). El consumo no se distingue del intercambio porque aquél contenga una dimensión fisiológica de la que éste carece, sino porque el consumo implica la incorporación del producto consumido a la identidad personal y social del consumidor.

Por ejemplo, lord Rothschild tiene colgada una pintura de Cézanne en la pared de su sala. Esto lo convierte en un miembro de la élite de consumidores de obras de Cézanne, categoría de la cual estoy permanentemente excluido, aunque en el pasado haya tenido el placer de admirar ese cuadro. Considero que el consumo consiste en la apropiación de objetos que integran la propia personalidad (los alimentos ofrecidos en una fiesta, las prendas de vestir utilizadas, las viviendas donde se habita). La incorporación de los bienes de consumo a la definición del ser social se origina en el marco de las obligaciones sociales y perpetúa dicho marco. El consumo forma parte de un proceso que incluye la producción y el intercambio. El consumo, la producción y el intercambio representan sólo tres fases distintas del mismo proceso cíclico de la reproducción social, donde el primero nunca es terminal. El consumo es la etapa durante la cual los bienes se vinculan a referentes personales, cuando dejan de ser "bienes" neutrales (los cuales pueden ser poseídos por quienquiera o identificados con cualquiera), para convertirse en atributos de seres individuales, en insignias de identidades, y en signos de relaciones y obligaciones interpersonales específicas.

Vistos de ese modo, los avaros del tipo de Scrooge o Volpone son también consumidores, esto es, consumidores de dinero en tanto atributo de valor supremo de la personalidad, a despecho de las normas de transacción. Con todo, llama la atención el que califiquemos a los avaros de voraces, el mismo adjetivo que empleamos para

describir a los consumidores declarados, como el caso de Falstaff,* lo cual sugiere que reconocemos una semejanza en todas las formas de incorporación excesiva de valor, ya sea en la bolsa inflada de Volpone o en el estómago hinchado de Falstaff. En las situaciones que examinaremos más adelante, hallamos también lo que parece ser una conducta clásica de avaricia, pero que en realidad es otra cosa. El amor al dinero (egolatría disfrazada de acumulación pseudorracional) no constituye la causa de los patrones de consumo por analizar, sino la imposibilidad de convertir el poder de compra en una definición socialmente coherente del ser, de acuerdo con el "hábito" legado por la tradición e inculcado durante el proceso de socialización (Bourdieu, 1977). No es el amor al dinero, sino la falta de amor a los bienes lo que se halla en la base de los dilemas de consumo experimentados por los muria acaudalados, pues fuera de la estrecha gama de las posibilidades de consumo legitimizadas socialmente, los artículos ofrecidos por los mercados de Bastar carecen de significado para los muria o están llenos de peligros mágicos.

El fenómeno que me condujo a reflexionar sobre el tema es el gran contraste existente entre los diferentes grupos que experimentan una mejoría económica. Algunas sociedades adoptan sin dudar el consumismo, y no enfrentan problemas para adecuar el conjunto previo de símbolos de estatus y de posesiones connotadoras de la personalidad a productos que antes no conocían o que no estaban a su disposición. Otras, incluyendo la de los muria, son muy conservadoras a este respecto.

El caso que en particular despertó mi curiosidad me fue descubierto por Jack Stirratt. Durante un seminario referido a la antropología del dinero en la Escuela de Economía y Ciencia Política de Londres, Stirratt (s.f.) describió el uso que algunos pescadores cingaleses conferían a su recién adquirida prosperidad económica. Los ingresos de los pescadores en cuestión solían ser muy bajos; empero, la disponibilidad local de hielo hizo posible que su pescado llegase a los mercados de tierra adentro, donde podían negociar un precio alto por la venta de su mercancía. Sin embargo, las aldeas de estos pescadores siguieron ubicadas en lugares muy remotos y, durante el periodo de la investigación, carecían de electricidad, caminos y suministro de agua. A pesar de esa falta de incentivos, los pescadores ricos gastaban sus ganancias comprando televisores inutilizables, en la construcción de garajes para casas que carecían de acceso para automóviles y en la instalación de cisternas a las que nunca llegaba el agua. Todo ello, de acuerdo con Stirratt, expresaba un deseo entusiasta de imitación de la clase media alta y urbana de Sri Lanka.

*Personaje de William Shakespeare. (N. de la t.)

Es fácil sonreír ante tales muestras de gastos insensatos, cuya falta de motivación utilitaria provoca que al menos una parte de nuestro consumo aparezca como racional. Sin embargo, el hecho de que los objetos comprados por los pescadores sean inservibles en su entorno, no explica la razón por la cual son adquiridos. Por otra parte, si coleccionaran piezas de porcelana china antigua y las enterraran, tal como lo hacen los ibo (Freeman, 1970), serían considerados individuos cuerdos, aunque hechizados, esto es, sujetos normales desde la perspectiva antropológica. Mi intención no es negar las explicaciones obvias de este tipo de conducta, a saber, la búsqueda de estatus, la lucha por tener tanto o más que el vecino, etcétera. Sin embargo, se debe reconocer también la presencia de cierta vitalidad cultural en estos viajes temerarios a campos nuevos y experimentales de consumo: la habilidad para trascender el aspecto meramente utilitario de los bienes de consumo; capacidad que los convierte en algo parecido a las obras de arte, llenas de expresión personal.

Veamos el caso del televisor. Al comprar ese artículo, que representará la pieza central de una colección personal de signos de riqueza, el pescador está *totalizando* su biografía, trabajo, medio social, en la forma de un objeto cuyas asociaciones tecnológicas niegan dialécticamente las condiciones en las que se edificó la fortuna del individuo en cuestión. En este sentido, totalizar significa, de acuerdo con Sartre (1963), reunir los elementos dispares y reconciliar sus contradicciones. En nuestro ejemplo la totalización se aplica a los elementos de una experiencia biográfica y social proyectados en una colección de posesiones personales que expresan esas experiencias. Para edificar su fortuna, el pescador ha pasado buena parte de su vida dentro de un bote viejo y crujiente, ha desempeñado una rutina harto familiar, y ha enfrentado los cambios inciertos del clima, los movimientos de los bancos de peces y las fluctuaciones mercantiles de precios. Sin embargo, puede convertir todo ese trabajo, toda esa familiaridad y toda esa incertidumbre en un mueble liso y oscuro, hecho de una madera inidentificable, diseñado en líneas geométricas, equipado con un rostro inescrutable de vidrio opaco y poseedor, lo cual sólo es visible a través de las hileras de ranuras que se hallan en su parte posterior, de una jungla intrincada de alambres, trozos de plástico y pedazos de metal brillante. Es probable que el pescador sepa que debido a la electricidad y las transmisiones necesarias para su funcionamiento, el televisor está destinado a exhibir imágenes y voces más o menos atractivas. No obstante, esto carece de importancia; lo que sí resulta relevante es el salto de imaginación requerido para que tal individuo adquiera y se identifique con semejante objeto,

adoptándolo como emblema no de sus aspiraciones clasemedieras, sino de sus logros reales como pescador.

En este contexto, el televisor sirve para objetivar la carrera productiva del pescador; asimismo, transforma esa carrera mediante la invocación a un universo técnico y estético (líneas rectas, texturas lisas, plástico, aluminio, vidrio) que niega dialécticamente las condiciones objetivas, los procesos técnicos y las cualidades sensorias del proceso laboral, el mismo que a través del mercado produjo ese televisor. En otros términos, el televisor es una obra de arte que funciona como todas las verdaderas obras de arte, esto es, negando y trascendiendo al mundo real. Se trata, en el sentido utilizado por Jaspers, de una "cifra de lo trascendente" (Jaspers, 1971). Si se quiere, se puede llamar a esto fetichismo mercantil y se le puede concebir como una cuestión vulgar; empero, en mi opinión existe una distinción válida entre el consumismo insulso y falto de imaginación, el cual sólo reitera los hábitos de clase, y el consumismo audaz, que lucha contra los límites del mundo conocido. Prefiero considerarlo como un proceso creativo que no merecía, en ningún modo, el desdén de la mayoría de los participantes en el seminario arriba mencionado.

Me intrigó profundamente este acentuado contraste entre las adquisiciones temerarias de los pescadores cingaleses en otro tiempo empobrecidos, y el conservadurismo obsesivo mostrado por los nuevos ricos de mi propia área de trabajo de campo. Carezco de explicaciones del fenómeno encarnado por los pescadores de Sri Lanka, pero sospecho que está vinculado a la naturaleza relativamente fragmentada de su organización social y religiosa, en comparación con la de los muria, y a la presencia de cierto grado de conciencia de clase (en oposición a la jerarquía tradicional reconocida por los muria). Con todo, espero tener más suerte en la explicación de la respuesta muria a la mejoría económica, tema que examinaré a continuación.

LA NATURALEZA DEL CONSUMO TRADICIONAL DE LOS MURIA

Bastar, el distrito más rico en bosques de la India peninsular, constituye una de las fronteras terrestres más recientes del subcontinente. Hace apenas poco más de un siglo, los viajeros describían a sus habitantes como sujetos carentes incluso de ropa (se cubrían con hojas), y ni siquiera existían vestigios de un sistema mercantil, el cual sólo se expandió rápidamente durante los últimos 50 años. Existían apenas enclaves aislados de pobladores hindúes, en especial al sur de

Bastar, cerca de la capital real (Jabalpur) y en el valle del Indravati, así como a lo largo del eje que al sur comunica a Jabalpur con Raipur, Warangal y Haidarabad, y con Kanker al norte. Únicamente en estas áreas se contaba con tierras en uso permanente; al respecto, la mayoría de los habitantes aplicaban las técnicas basadas en el corte y la quema de los terrenos.

La población tribal está compuesta por los muria, los maria y los maria cuerno-de-bisonte, quienes hablan dialectos gondi y son miembros de los pueblos gondos, situados en la amplia zona localizada entre la porción norteña de Andhara y la sureña de Bihar.

Hoy día, sólo algunos grupos aislados de maria continúan utilizando las técnicas de cultivo que en apariencia eran de uso generalizado cuando tuvo lugar la apertura del país a la infiltración externa, como resultado del control político impuesto por los británicos en el último cuarto del siglo XIX. Extensas áreas de terreno han sido adquiridas por las castas agricultoras hindúes (aunque existen pocos y pequeños terratenientes en la zona que yo conozco). Sin embargo, áreas mucho más considerables siguen en poder de los muria, quienes ahora cultivan la tierra con base en el empleo de técnicas que han tomado prestadas de sus vecinos hindúes. Salvo en los casos en que los bosques se han preservado para su explotación comercial, los terrenos han sido despejados y divididos en predios equipados con diques donde la topografía lo permite. Únicamente en el montañoso sector noroccidental de Bastar, donde habitan los maria, se practica aún la agricultura de rotación. En otros términos, durante los últimos cien años, el distrito de Bastar se ha unido a la India, ha adquirido una apariencia hindú y ha disfrutado, en cierto grado, de una economía hindú.

Los habitantes de las praderas de la porción centro-norte de Bastar más afectadas por esos cambios son los muria. Poco a poco se están convirtiendo en la "casta dominante" de campesinos poseedores de tierras. Empero, este proceso aún no ha concluido: los muria siguen comiendo carne de res, contrayendo matrimonio a una edad avanzada, y manteniendo sus instituciones tradicionales, tales como los dormitorios mixtos para ambos sexos o *ghotul* (Elwin, 1947), y el culto a las deidades del clan y de la aldea, las cuales no están comprendidas en el panteón hindú. Con todo, alrededor de los antiguos centros de poder ubicados en el sur, se hallan los gondos raj, en cuyo caso prácticamente se ha completado el proceso de transformación de tribu en casta. Los gondos raj han abrazado el hinduismo y se han dedicado a la agricultura a través de varias generaciones. En otras áreas, cuando las tierras fueron ocupadas por los hindúes, los gondos

locales buscaron predios en otras partes, situación facilitada por la existencia de extensos terrenos y de una reducida fuerza laboral en el norte de Bastar.

Quizá sea más fácil comprender la situación muria si no se le concibe como el resultado de una tribu con una cultura y un modo de vida inmemoriales; sino como una fase del proceso histórico que ha estado convirtiendo pueblos poseedores de una cultura semejante a la de los muri, en pueblos similares al de los gondos raj, es decir, en castas de agricultores que incluso alegan ser descendientes de los rájputās, tal como ha sucedido con los bhumia (Sinha, 1962). En su localidad los muria han sido los agentes responsables de la conversión de los bosques en territorio hindú, por lo que se han transformado gradualmente de una tribu en una casta. Durante el periodo de expansión hindú en el sector norteño de Bastar, ocurrido en el siglo pasado, los muria se trasladaron a los bosques para alejarse de los enclaves hindúes. Al llegar al territorio boscoso talaban árboles y despejaban tierras, lo cual despertaba el interés por esos predios de los hindúes recién llegados. Éstos se apoderaban de esas tierras y expandían sus enclaves desplazando a los muria, quienes reiniciaban entonces el proceso en otros puntos del área forestal. Los muria no cedían ante el poderío de la *force majeure*; más bien, entregaban amistosamente sus predios a cambio de animales, cereales, licor o pequeñas cantidades de oro y plata, las cuales reconvertían de inmediato en alimentos y, sobre todo, en bebidas embriagantes. Los hindúes con los cuales charlamos señalaron que, en aquellos buenos tiempos, era posible obtener de los muria grandes porciones de terreno a cambio de un solo arete de oro o de un pago parcial. Estos hindúes atribuyeron la indolencia muria hacia las tierras a su incontrolable deseo de beber aguardiente.

No creo que tales historias reflejen únicamente el estereotipo étnico, pues son consistentes con la distribución actual de la tierra del norte de Bastar, así como con las relaciones amistosas existentes hoy día entre los agricultores hindúes y muria del contexto rural. Se reconoce que los muria son los verdaderos dueños de la tierra, y los hindúes participan en el sistema ritual muria, porque son estas deidades tribales las que garantizan la fertilidad del suelo. Ello sugiere que durante el periodo formativo la relación muria-hindú adoptó una configuración estable: los muria despejaban áreas nuevas, las cultivaban hasta agotarlas y, cuando llegaba el momento en que debían desplazarse por motivos ecotecnológicos, entregaban las tierras a los hindúes recién arribados, en el marco de una transacción que para los hindúes implicaba el pago de sumas insignificantes y para los

muria la obtención de puras ganancias; después, los hindúes explotaban estas tierras utilizando arados y fertilizantes, recursos que los muria desconocían en esa época.

Si dicha suposición es correcta, como lo sugiere la virtual inexistencia de pobladores muria desprovistos de tierras en las localidades afectadas por la inmigración hindú, entonces podría explicar la naturaleza peculiar del consumo característico de la actual sociedad muria. El estereotipo de inocencia y hedonismo tribales, esto es, la comida, la bebida y la diversión, tiene una base fáctica. En realidad, los muria comen, beben y se divierten en un grado mucho mayor que el descrito con respecto a los campesinos hindúes. Esto es particularmente notable en el caso de los muria empobrecidos, a quienes no les importa gastar hasta su última rupia en agasajar a sus invitados. Existe la premisa de que la fuente del dinero es inagotable. Y ello refleja la base de recursos esencialmente ilimitada en que descansaba la sociedad tradicional muria (los bosques), así como el hecho de que, antes de la transformación de las técnicas agrícolas muria (fenómeno ocurrido a lo largo del presente siglo), la riqueza no se acumulaba por la falta de depósitos adecuados para los valores (monedas o ganado).

El hedonismo muria se asocia a las instituciones colectivas (dependientes de la aldea y el clan), todas las cuales se vinculan en cierto modo a la interacción muria-hindú. La más célebre de tales instituciones es el *ghotul*, el dormitorio mixto para ambos sexos, que es descrito en detalle por Elwin (aunque no de una manera del todo precisa: véase S. Gell, 1984). Cabe señalar que el *ghotul* muria, la verdadera academia de las actitudes hedonistas, sólo adopta su expresión más acabada en los sitios del norte de Bastar donde están presentes los hindúes; fuera de la esfera de influencia hindú, en el territorio maria, el *ghotul* existe en la variante de dormitorio meramente masculino y carece de todas las elaboraciones culturales en la materia aportadas por los muria. Asimismo, en comparación con los maria, los muria celebran con mayor ceremonia y gastos las fiestas de compromiso y los casamientos, en virtud de que se trata de festividades colectivas consagradas a las deidades del clan y la aldea. Basta comparar las espléndidas fotografías tomadas por Elwin a los muria y los maria, durante las décadas de los treinta y los cuarenta (Elwin, 1943, 1947; Grigson, 1937), para percibir que la riqueza material de los primeros, estimable con base en la cantidad de ropa, abalorios, joyería y herramientas metálicas, excedía con mucho la de los segundos. Si admitimos que sólo una pequeña porción de esa riqueza provenía de la venta de las cosechas —los mercados regionales estaban poco desarrollados en esa época—, la única explicación lógica de

la riqueza relativa de los muria reside en la relación que tenían con los hindúes. Elwin no describe a los muria de ese periodo como individuos ricos, salvo en el sentido cultural, y es claro que su riqueza estaba integrada principalmente por los atavíos lucidos en los eventos festivos, y la abundancia de alimentos y licores, así como por el consumo público en los ritos aldeanos o la hospitalidad semipública con motivo de otras prácticas. En mi opinión, aunque estoy consciente de que este planteamiento debe ser demostrado, los muria han convertido el consumo "irresponsable" en una cuestión cultural, porque han estado acostumbrados a un estilo de vida altamente consumista, que ha sido subsidiado por inyecciones periódicas de recursos hindúes.

Los muria asocian la liquidez al remate de bienes de capital (actualmente, ganado, en virtud de que los muria, por razones que habrán de examinarse más adelante, pocas veces comercian hoy día con tierras), con objeto de financiar el consumo inmediato y a gran escala, verificado a menudo en contextos públicos. Tradicionalmente, estas pérdidas podían recuperarse a través de la colonización de nuevas tierras; en la actualidad esto ya no es posible, pero el mercado laboral permite compensar la pérdida de predios, en tanto fuente de ingresos, mediante la disponibilidad de empleos relativamente bien remunerados.

La vida social y religiosa de los muria se conduce a través de una serie de eventos a gran escala que involucran la ingestión de alimentos y bebidas embriagantes (festividades de las deidades, casamientos, conciliaciones de disputas, etcétera), donde la aldea en su conjunto debe participar. Existe además la obligación de brindar hospitalidad a los parientes, especialistas religiosos, chamanes, funcionarios locales y demás. Fuera de estas ocasiones formales, se acostumbra que hombres y mujeres de edad madura beban mucho en mutua compañía y que lo hagan con la mayor frecuencia posible; asimismo, los jóvenes y las muchachas del *ghotul* celebran fiestas y reuniones en las que se sirven bebidas alcohólicas. Con todo, es importante destacar que estas prácticas sociales no son guiadas por un espíritu competitivo dirigido a exhibir la superioridad, tal como sucede en el intercambio ceremonial melanesio, sino por el de demostrar el compromiso existenté con la aldea y los valores muria. El hecho de llevar la peor parte en un intercambio no produce ninguna paranoia entre los muria, como ocurre con los miembros de las sociedades donde prevalece la *mentalité échangiste*; más bien, temen experimentar el ostracismo social, cuya forma extrema implica la expulsión de la aldea. Con motivo de las festividades aldeanas, las contribuciones se estandari-

zan; al respecto, se llevan cuentas precisas, a fin de que cada familia entregue una suma idéntica, independientemente de la riqueza de que disponga. Cuando tiene lugar un casamiento, la familia del novio no sólo debe agasajar a los parientes de la novia (quienes habrán de responder con reciprocidad), sino también a la aldea en su conjunto; empero, los aldeanos tienen la responsabilidad de suministrar licor en abundancia, por lo que todos terminan cooperando para la ocasión. En el caso de la conciliación de una disputa, el procedimiento es similar: la parte hallada culpable proporciona una vaca, una cabra o cierta cantidad de arroz, y se hacen los arreglos para la fiesta. Las obligaciones financieras más onerosas se relacionan con los ritos de consumo que reúnen a toda la aldea como una unidad comensal única. Del mismo modo, se destina una buena parte de gastos cotidianos a la adquisición de los medios necesarios, sobre todo en la forma de bebidas embriagantes, para brindar hospitalidad con la mayor libertad posible a los visitantes inesperados.

La necesidad de financiar el consumo público establece las principales metas económicas de la familia muria y fija los estándares con los que los muria evalúan el mundo de los bienes. Los objetos son deseables si tienen un significado dentro del contexto de la celebración pública; en caso contrario, carecen de valor. Los productos que suelen comprar en el mercado son prendas de vestir, chucherías y joyas. Los muria son fanáticos de los atavíos, sobre todo los jóvenes y las muchachas del *ghotul*, cuyas danzas ejecutadas en los ritos aldeanos constituyen un asunto de gran preocupación para ellos y el resto de la aldea. Cada bailarín es responsable de la adquisición de sus propios atavíos, pero éstos siempre son lucidos en el marco de la exhibición colectiva y seleccionados con ese propósito. Por ejemplo, en 1977 las chicas del *ghotul* de Manjapur compraron saris con ribetes idénticos para la festividad anual del *pen karsana*, el rito más importante del calendario. Los jóvenes del *ghotul* adquirieron camisetas negras, voluminosas faldas blancas, turbantes blancos y tocados de plumas, para utilizarlos en las danzas nocturnas. La tendencia de los muria a vestirse de manera uniforme no es exclusiva de sus miembros más jóvenes. Todos los varones adultos de Manjapur lucen en las celebraciones públicas el mismo tipo de camisa azul, uniforme aldeano que los distingue de los pobladores de otras localidades. Este código en materia de vestido y adornos no se impone por ley; incluso los propios muria no están particularmente conscientes de dicho código. El criterio establecido para realizar compras de este género reside en la evaluación de que tales y tales artículos son bellos (*sobta*), y no en que contienen determinados significados simbólicos manifiestos.

De hecho, el atuendo muria es más bien anacrónico que tradicional, pues en los tiempos verdaderamente tradicionales no disponían de prendas de vestir ni de joyas. Este fenómeno puede advertirse en las fotografías tomadas por Elwin hace unos cuarenta o cincuenta años. Las imágenes en cuestión muestran a los abuelos de los jóvenes que hoy día participan en el *ghotul* tan elegantes como sus nietos, pero luciendo modas que ya han desaparecido en las áreas donde se originaron. En una de esas fotografías, Elwin (1947, p. 420) captó a un grupo de jóvenes ataviados con camisas de manga corta, sin cuello y abotonadas, y extraños turbantes aplanados de un estilo actualmente en desuso, pero que parecen constituir ecos distantes de estilos cortesanos del siglo XIX, o incluso de un periodo previo, infiltrados entre los muria a través de los hindúes. En la actualidad, el corte de cabello masculino predominante entre los muria consiste en rasurarse desde la frente hasta la coronilla y dejar crecer el cabello de la parte posterior de la cabeza, el cual se ata en un moño; se trata del clásico *bodi* hindú, un estilo que hoy día sólo es usado en sus variantes atenuadas por los propios hindúes, pero que es celosamente preservado por los muria comedores de carne y bebedores de licor. El sari "tribal" es más corto y estrecho que el estándar empleado por las mujeres hindúes; se entrelaza del mismo modo, pero es utilizado sin corpiño, prenda que hasta hace muy poco tiempo era considerada por la mayoría de las mujeres muria como indecente, pues atrae la atención a los senos en lugar de desviarla. En el presente, casi la mayoría de los saris tribales se manufacturan en Bombay; confeccionados en una tela delgada de algodón y estampados en colores brillantes, se venden especialmente en las áreas tribales. La tela local, *ganda*, que es mucho más durable, ahora sólo se emplea en la elaboración de los trajes de las mujeres conservadoras y de edad avanzada de la aldea. Los saris de Bombay, vistos por los forasteros como signos de la auténtica identidad tribal, sobre todo porque son cortos y no cubren las piernas y la parte superior del cuerpo, son considerados por los muria no sólo prendas exóticas (puesto que provienen del exterior de Bastar), sino también respetables y recatadas. El lucimiento del sari estándar, que mide 4.5 metros, es concebido como un acto ostentoso.

En realidad, ninguna de las prendas de vestir que revelan al forastero la identidad tribal son producidas por los muria, y carecen además de un origen indígena. Los adornos, los turbantes, los taparrabos, los saris cortos y la joyería "tribal" (collares de plata, aretes de oro, plata y cobre, gargantillas de oro, y pulseras de oro y plata), fueron llevados al área por los hindúes y adoptados por los muria, en un gesto imitativo de sus superiores. Estos artículos son comprados

en los mercados a comerciantes hindúes, nunca a otros muria, y se asocian a un mayor estatus.

Vale la pena comentar el caso de la joyería de plata durante el presente siglo, fabricada en Rajastán y vendida en Bastar por comerciantes marwari. El diseño de las joyas es originario de Rajastán, aunque ignoro si tales objetos se siguen usando en ese lugar. Los adornos de plata distribuidos en los mercados de Bastar son en su mayoría piezas antiguas, pulidas y reparadas por los plateros marwari para que parezcan recién fabricadas. Esto sorprende a los visitantes occidentales que se entregan a la búsqueda de joyas antiguas y genuinamente tribales (véase las observaciones de Spooner, presentadas en el capítulo VII, sobre la autenticidad de las alfombras turcomanas). Las joyas son antiguas, auténticas, pero no son tribales. De acuerdo con un informante marwari, la joyería de plata circula tanto entre los hindúes como entre los muria, pero los primeros apenas la usan, pues prefieren atesorarla como valor y como componente de las dotes. Los muria no acostumbran las dotes, y las piezas de plata lucidas por las jovencitas muria son adquiridas por ellas mismas, con los ingresos obtenidos por la venta de productos o el desempeño de un trabajo asalariado. En el caso de los hindúes, la joyería es esencialmente una propiedad familiar, importante en cuanto constituye una reserva de capital; en lo que toca a los muria, la joyería es una propiedad individual, importante porque representa un medio para el adorno personal.

A continuación resumimos la actitud tradicional de los muria hacia los prestigiosos bienes de consumo disponibles en los mercados: todos los productos buscados —telas, atavíos, joyería— se asocian a grupos no muria, considerados por los muria como superiores en la escala social. La definición de bienes de prestigio ha sido impuesta a los muria por los forasteros, y se ha perpetuado a través del sistema mercantil, que está completamente fuera del control de los muria. Sin embargo, al adoptar para el consumo interno algunos elementos de un conjunto de bienes de prestigio no muria, los muria han establecido su propio conjunto de evaluaciones sociales al respecto, el cual es del todo distinto a las valoraciones formuladas por los grupos que han dado origen a tales bienes. Los bienes de prestigio no son deseables porque exista una competencia aldeana concerniente a quién se viste más a la moda o quién se enjoya mejor, sino porque todos los aldeanos procuran mantenerse fieles a una determinada imagen colectiva. Los integrantes del *ghotul* están obligados a comprar vestidos y adornos, con objeto de no desmerecer, durante las fiestas, en comparación con los miembros de otro *ghotul*. Los varones adultos

deben adquirir la camisa azul estándar para estar presentables en el mercado, donde se reúnen con sus paisanos en un punto acostumbrado (Gell, 1982). Usan joyas para adquirir un aire de respetibilidad, y no uno de presunción. Es decir, realizan las compras en cuestión con la meta de expresar conformidad, y no de manifestar originalidad o individualidad. Esto influye, a su vez, en la selección de los bienes ofrecidos a los muria en los mercados rurales. Hoy día es posible distinguir, por una parte, la gama de productos dirigidos específicamente a los consumidores tribales, en particular saris, turbantes, taparrabos, ornamentos y joyería de plata en masa y, por la otra, la gama de artículos modernos que no suelen ser vendidos en los mercados rurales, como zapatos, pantalones, chaquetas, ropa de lana, saris de 4.5 metros, telas estampadas (los muria prefieren los colores planos y los ribetes tejidos), joyas trenzadas, anteojos oscuros, paraguas, útiles de escritorio, loza, muebles, medicamentos, etcétera. Estos bienes están disponibles en las tiendas de los pueblos, a donde los muria tienen fácil acceso a través de los autobuses locales, pero no son atractivos para ellos.

Además de invertir en atavíos y adornos, los muria gastan en alimentos y bebidas. En épocas normales no adquieren en el mercado los cereales y las leguminosas (dāl, garbanzos y lentejas), pues la mayoría de las familias son autosuficientes en estos renglones. Sin embargo, sí compran arroz, rábanos, berenjenas, ajíes, jitomates, habas y diversas legumbres verdes, para celebrar eventos importantes, como los casamientos. Los alimentos de lujo preferidos por los muria son más bien de tipo tradicional —arroz tostado, pescado seco, *pakhoras* (bocadillos fritos), hojas de tabaco—, que comestibles modernos tales como caramelos, galletas, té, azúcar, cigarros manufacturados, etcétera, los cuales son muy populares entre los hindúes. En esta categoría el mayor gasto se destina a las bebidas alcohólicas, que se venden en la periferia de los mercados y en las aldeas. Este artículo tampoco es realmente indígena. Tradicionalmente, la destilación fue un monopolio de la casta kallar, cuyo estatus ritual es superior al de los muria. En la actualidad, los kallar tienen prohibido el manejo de este negocio, por lo que los muria deben elaborar su propio licor, el cual consideran de calidad inferior al de los kallar. Las bebidas embriagantes constituyen un elemento esencial de todos los aspectos de la vida social y ritual; para los muria, la noción misma de sociabilidad, es decir, la pertenencia a un grupo social y el mantenimiento de relaciones sociales, es inconcebible sin la ingestión de bebidas alcohólicas. La pasión muria por el licor, enfatizada por los forasteros, no representa en modo alguno un síntoma de anomía o desespe-

ranza, como sucede en algunas sociedades tribales, sino que es producto del conformismo, de la paranoia referida a la pertenencia, la cual caracteriza todas las fases de la vida muria.

En suma, el consumo muria está vinculado a la expresión de la identidad colectiva y a la necesidad de sostener un compromiso con la aldea, en tanto unidad política, y con sus instituciones. Entre la gama de símbolos de prestigio hindúes, eligen ciertos productos y los incorporan a un estilo colectivo, al cual tratan de aproximarse lo más posible todos los muria. El consumo no se asocia a la competencia, sino a la demostración de suficiencia, la habilidad necesaria para satisfacer la meta colectiva. El énfasis otorgado más al estilo colectivo que a las diferencias individuales, explica la naturaleza anacrónica de los gustos muria y su enfoque conservador del consumo. Los muria son partidarios declarados de la moda, partidarios en el sentido operativo del término. Su moda es anacrónica porque no desean contravenir las restricciones del estilo colectivo. Incluso en la actualidad, cuando algunos jóvenes se cortan el cabello y se visten de un modo semejante al de los hindúes, su intención no es la de lucir más a la moda, sino la de llamar menos la atención en un mundo que se percibe como dominado crecientemente por los hindúes.

CAMBIOS ECONÓMICOS RECIENTES

Esta naturaleza colectiva del consumo está enraizada en una fase del proceso de conversión de tribu en casta, durante la cual las diferencias económicas entre las familias eran mínimas y temporales las desigualdades en materia de riqueza, debido a la ausencia de medios de acumulación de capital. Sin embargo, desde que se estableció ese patrón, han ocurrido cambios fundamentales en la base económica de la sociedad muria. Al terminar el siglo XIX, el gobierno impuso controles al acceso a las tierras forestales, los cuales han sido aplicados más o menos estrictamente, de modo que la frontera terrestre de Bastar se halla ahora eficazmente cerrada. Se estima que la prohibición gubernamental a la libre explotación del bosque precipitó la insurrección rural de 1910; en el periodo comprendido entre ambas guerras mundiales, los predios de los muria estuvieron sujetos a inspección y registro de títulos de propiedad. Debido al temor de que surgieran nuevos brotes de sentimientos antigubernamentales, la cantidad de tierra cedida a los muria fue generosa. Durante la etapa de colonización, los muria deben haber parecido tan pobres como dependientes del acceso a amplias áreas de bosque cerrado.

Hoy día, los muria han despejado casi todos los terrenos forestales que les fueron cedidos y han invadido otros; según los datos del censo oficial, el promedio de tierras de cultivo por familia muria rebasa las 4 hectáreas. Gracias al trabajo acumulado por varias generaciones, estos predios se han convertido ahora en arrozales equipados con diques, de gran potencial agrícola aun en los casos donde se carece de irrigación. Es común encontrar familias poseedoras de 8, 12 o más hectáreas de campos de arroz, terrenos enormes en comparación con los estándares indígenas. Estos predios sólo pueden cultivarse mediante el uso de arados de tracción animal, y muchas familias no pueden sembrar sus tierras por falta de ganado o búfalos. Sin embargo, de nueva cuenta, el tiempo ha obrado a su favor: antes de la guerra, los búfalos escaseaban en el área; pero en el presente los hatos de búfalos y de ganado se hallan en proceso de conformación gradual, lo cual posibilita la superación de este déficit inicial de capital agrícola. Asimismo, se han abierto nuevas rutas, a través de las cuales arriban a la zona más animales destinados a la labor de surcar los campos. Por decreto gubernamental, la tierra poseída por los *adivasi* no puede ser vendida a los no *adivasi*, motivo por el cual los predios muria ya no pasan a manos hindúes. Además, ha desaparecido la antigua actitud indolente de los muria con respecto a la propiedad de los predios, como resultado de la introducción de campos permanentes cuya construcción y mantenimiento representan muchos años de trabajo acumulado. Por otra parte, en virtud de que la población ha aumentado, la escasez de mano de obra que alguna vez constituyó el obstáculo más importante para la producción, ha dejado de ser un problema y la tierra puede cultivarse más completa e intensivamente (al respecto, la norma consistente es sembrar dos cultivos, uno de arroz y otro característico de la temporada seca, como el mijo o las semillas oleaginosas).

Las plantaciones muria son mucho más productivas en la actualidad que en el pasado. Los muria tienen además acceso al trabajo asalariado, por el cual obtienen una alta remuneración (en 1982, era de ocho rupias diarias) en relación con sus gastos vitales. Dado que el Departamento de Obras Públicas y el de Recursos Forestales experimentan una escasez crónica de personal, los muria pueden encontrar trabajo en ambas entidades gubernamentales durante la temporada agrícola de menor actividad. Por otra parte, los muria suelen contratar a otros muria en calidad de trabajadores agrícolas, quienes reciben tres kilogramos de arroz no descascarillado por día laborado.

En resumen, la economía local se halla en una situación floreciente: próspera en los años buenos y capaz de resistir los rigores de los

años malos. A pesar de tratarse de un área "atrasada", supuestamente habitada por tribus empobrecidas y agobiadas por la penuria, el distrito de Bastar exporta año tras año; y eso, en la India, es esencial.

FAMILIAS MURIA ACAUDALADAS

Con base en los antecedentes arriba referidos, quiero examinar el tópico del consumo en relación con dos familias muria "acaudaladas", es decir, dos familias que, en el marco del repunte económico general, acumularon una riqueza mayor que las demás. Entre los muria, los individuos ricos son identificados como *saukar* ("hombre de 100 rupias"), quienes suelen ser los aldeanos de edad avanzada (*siyan*, "hombre sabio"). Para los muria, el bienestar económico y la influencia van a menudo unidos, pero la relación entre ambas cuestiones es ambigua: la riqueza otorga una reputación política, porque constituye un signo tangible de inteligencia y laboriosidad, y no porque sea comprable la lealtad aldeana. Un sujeto adinerado puede financiar la fiesta que un hombre pobre debe ofrecer a la aldea con motivo del casamiento de su hijo; pero sigue siendo la fiesta del individuo empobrecido. En virtud de que, ante la aldea en su conjunto, cada jefe de familia es equitativa e individualmente responsable de sus obligaciones y contribuciones para la celebración de fiestas, los miembros acomodados no pueden ganar prominencia mediante actos de generosidad pública. Todos deben cumplir con la contribución estándar estipulada; la única diferencia reside en que es más fácil hacerlo si se es rico. Cuando una familia pierde su riqueza, cualquiera que sea la causa de ello, no pierde prestigio en el plano aldeano, al menos no de forma inmediata. Y el mero hecho de adquirir una fortuna, sin que esto se acompañe de una demostración continua de adhesión al estatus tradicional en materia de política aldeana, no confiere el rango de *siyan*.

El primer caso que analizaré se ocupa de un individuo que se enriqueció en circunstancias muy especiales. A menudo, la riqueza se asocia con las tierras, y éstas con la membresía al clan dominante. El sujeto en cuestión no posee un predio demasiado extenso (junto con sus padres y su hermano, cultiva un terreno de poco más de 5 hectáreas) y no pertenece a ninguno de los dos clanes importantes de su aldea. Se le reconoce como *siyan*, esto es, se le respeta por la gran inteligencia, fuerza y astucia mostradas en sus discursos públicos; pero, al mismo tiempo, se le considera un intruso. Con todo, antes de examinar el caso de este individuo (Tiri), así como sus problemas de consumo,

vale la pena hacer una breve digresión sobre los modos en que los muria acaudalados pueden desarrollar las dos clases de identidad *saukar*, ninguna de las cuales se adapta a la condición de Tiri.

El *saukar* prototípico de los alrededores de la aldea (Manjapur) donde realicé mi investigación era llamado Dhol Saukar. Dhol tenía una casa enorme y gran cantidad de tierras, así como ganado y trabajadores a su servicio. Siempre estaba más o menos borracho y nunca conocí a una muria más gordo que él. Sin duda comía en exceso, incluso en relación con los generosos estándares muria en la materia. En público se conducía invariablemente con exagerada amabilidad, saludando a todo mundo con abrazos prolongados y modestos cumplidos. En cierta ocasión, se arrodilló en nuestro portal durante aproximadamente cinco minutos, recitando una y otra vez lo siguiente: "¡Dioses admirados! ¡Por favor no se enfurezcan, no se enfurezcan!" (*¡Mahaprabhu*! *¡Hongaima, hongaima*!). En el plano local, era bien conocido y respetado; como su comportamiento público resultaba siempre cautivador, el estado de embriaguez en que permanecía constituía sobre todo un asunto de legítima defensa. Al convertirse en la encarnación de los altos valores otorgados por los muria a la comida y la bebida en abundancia, Dhol Saukar se las ingeniaba para parecer notablemente rico y, al mismo tiempo, completamente inofensivo. Además, al igual que la mayoría de los otros muria acaudalados cuyos casos habremos de examinar, preservaba una apariencia externa de relativa pobreza. Sus turbantes eran pequeños y raídos; sus taparrabos, cortos y del tipo más tradicional. Sólo su gargantilla y aretes de oro indicaban que era dueño de cierta fortuna.

Dhol Saukar, individuo de edad relativamente avanzada, constituye el ejemplo de una muria rico a la antigua: gran bebedor, y amante de las fiestas y la compañía, es decir, alguien que se comporta igual a los demás muria, pero cometiendo excesos. Ahora bien, esta personalidad es inadecuada para los hombres ambiciosos. La especialización en la comida, la bebida y el buen humor representa implícitamente el retiro de la lucha por el poder dentro de la arena aldeana. Los ancianos actúan de ese modo, una vez que han cedido el control a sus hijos; empero, los *siyan* con aire de éxito no pueden concentrarse meramente en la ingestión de bebidas alcohólicas, aunque ésta sea una actividad considerada por los muria respetable en sí misma. Los muria también admiran la sobriedad, la inteligencia, la capacidad de ejercer el control en los asuntos domésticos y aldeanos, todo lo cual resulta incongruente con la ebriedad permanente. Se dice que la situación dentro de la casa de Dhol no marchaba del todo bien, a pesar de su gran popularidad fuera de ella. Quizá esto sea conse-

cuencia de la pretensión de combinar la riqueza con el carácter distintivo muria sólo a través del incremento del consumo tradicional.

En este punto y en acentuado contraste con Dhol, cuya estrategia fue lo suficientemente exitosa en sus propios términos, quiero analizar brevemente el caso de un joven que ha intentado llegar al extremo opuesto, habiendo alcanzado poco éxito en ese entonces. Este muchacho, que tenía unos dieciocho años de edad cuando lo conocí, era dueño de 16 hectáreas de arrozales y, por tanto, un *sauka;* empero, carecía del estatus de siyan y, tal como podían preverse las cosas en aquel momento, es difícil que llegue a poseerlo algún día. Durante nuestra reunión estuvo borracho (tendiendo a la agresividad) y rodeado de desacreditados gorristas no muria. Mientras que la vestimenta de Dhol era modesta, el joven *saukar* usaba una extraña mezcla de prendas muria y "modernas". Calzaba unas enormes botas militares sin calcetines; lucía pantalón corto muy holgado y de color verde botella, chaqueta de nailon, anteojos oscuros y un imponente aunque desproporcionado turbante de seda de la India. Del bolsillo de su chaqueta sobresalía una pluma fuente, que había depositado manchas irregulares de tinta azul en su pecho. (Los acompañantes muria me comentaron que este personaje era analfabeta.) El joven *saukar* era mal visto en su propia aldea y pasaba la mayor parte del tiempo fuera de ella, con un grupo integrado por funcionarios de grado inferior, guardias forestales y otros sujetos marginales. Carecía de prestigio y se le consideraba "loco" (*baihal*). Si no hubiese experimentado las ventajas y desventajas de la riqueza excesiva, quizá el muchacho se habría ajustado y parecido a sus paisanos empobrecidos. Su caso puede concebirse, en oposición al de Dhol Saukar, como el de un hombre cuya conducta de consumo establece una personalidad incoherente y que conduce al rechazo social.

Mis dos ejemplos principales no constituyen casos extremos como los que acabo de describir, e involucran a sujetos que tuve la oportunidad de conocer bien. Al menos en lo que toca a la reputación, Tiri es el hombre más rico de Manjapur y, en virtud de que habité durante un año en una vivienda ubicada frente a su predio, pude observar de cerca sus prácticas de consumo. Tiri no es acaudalado porque tenga muchas tierras, sino porque es un trabajador muy constante y un granjero excepcionalmente eficiente, que labora en estrecha relación con el Departamento de Recursos Forestales, el de Obras Públicas y los contratistas locales. Sin duda, heredó este cacumen de su madre, otro genio en materia de organización. Ambos han construido todo lo que tienen, a pesar del hecho de que los padres de Tiri llegaron al área en calidad de prófugos empobrecidos de una aldea distante, y de

que Tiri pasó su infancia trabajando como sirviente en la casa de un hombre acomodado de la localidad. Tiri es el típico *nouveau riche*, un advenedizo; pero también es un *siyan*, un excelente orador público, negociador y político aldeano.

Tanto Tiri como su madre son extraordinariamente conservadores en cuestiones de consumo. Él utiliza el corto taparrabo tradicional, el turbante y la camisa azul exhibida por todos los hombres de su generación. Prefiere la tela hilada a mano (*ganda*) que la hecha a máquina, la cual es más durable y, por tanto, más barata a largo plazo, pero menos blanca. En cierta ocasión Tiri me dijo que era incorrecto que los muria usaran zapatos, pantalones y demás. No posee ni bicicleta, ni reloj de pulsera, ni tampoco un radio (su hermano menor sí adquirió tales objetos). No se trata de que Tiri intente parecer pobre; su riqueza, acumulada en la forma de ganado, búfalos y diversas deudas conocidas públicamente, no puede disimularse. Más bien está resuelto a no participar en tipos de consumo que lo conviertan en una clase de individuo diferente de aquel que se concibe, tanto en sus propios términos como en términos sociales, como moralmente apropiado. A diferencia de Dhol Saukar, no come ni bebe más que el muria promedio. Cuando la ingestión de bebidas alcohólicas es obligatoria, Tiri las consume; pero fuera de esas ocasiones suele abstenerse de hacerlo durante meses, pues cree que si se emborracha perderá el control. En otras palabras, trata de consumir exactamente lo mismo que un hombre promedio o no enriquecido. En sus actividades productivas y de adquisición de dinero, busca asiduamente la maestría; sin embargo, esta misma maestría, trasladada a la conducta de consumo, se convierte en una serie consistente de negativas. Si gastara todo lo que gana, su comportamiento destruiría la base misma que le permite acumular una fortuna. Sólo en el caso de que consuma como un sujeto empobrecido esta base permanecerá intacta. De hecho, a pesar del consenso aldeano que confirma su opulencia, Tiri suele quejarse de problemas financieros, pérdidas enormes, etcétera. En un momento poético, comparó a los ricos con la sombra proyectada por un árbol: ahora esta ahí, pero pronto desaparecerá; en otra ocasión, describió a los ricos como los bancos de arena del lecho de un río, en apariencia sólidos pero fácilmente arrastrables por una tormenta (S. Gell, 1984).

La madre de Tiri es igualmente puritana pero, en tanto mujer de edad avanzada, lleva su conducta no consumista al último extremo. Sus saris están atrozmente raídos. Compra la clase más barata de prendas confeccionadas a máquina, aquellas que se deshacen en un par de semanas, y las usa durante todo el tiempo que lo permitan las

buenas costumbres. Apenas cuenta con posesiones personales; al respecto, sólo es dueña de una tabaquera y un collar de plata (*suta*), similar al lucido por muchas mujeres muria. Según nos dijo —aunque yo no le creí—, nunca tuvo una frazada hasta que nosotros se la regalamos (una manta ligera). Cuando va al mercado sólo compra productos comestibles, verduras, ajíes, especias, pescado seco y, a veces, algún bocadillo frito. Al igual que su hijo, está decidida a proteger su riqueza mediante el rechazo al consumismo.

No obstante, hay ciertos objetos en la casa de Tiri que reciben una atención especial. El más sobresaliente de ellos es una tinaja de cobre para guardar agua. Situada en un mueble frente a la veranda de Tiri, los miembros de la familia la utilizan para beber agua y lavarse las manos. Todos los hogares poseen una tinaja semejante pero hecha de barro. Es insólito que la madre de Tiri posea un objeto tan fino, el cual mantiene espectacularmente brillante y en un sitio llamativo de la vivienda. Dentro de la cocina, fuera del alcance de la vista, conserva otros cuatro o cinco recipientes de cobre. Asimismo, la familia es dueña de una cantidad mayor que la usual de vasijas pequeñas de cobre y un hermoso juego de platos de cobre, utilizados cuando hay visitantes o durante las comidas rituales.

Tales objetos de cobre se fabrican en Raipur y no suelen conseguirse en los mercados locales. Sin embargo, durante mucho tiempo se vendieron en Bastar con motivo de las ferias anuales (*mardhai*), particularmente en las de Narayanpur y Kondagaon, a las que asistieron los muria. Los productos de cobre constituyen una categoría importante de bienes de prestigio y, tal como sucede con éstos, se asocian con los modales de los hindúes de alto estatus. Los hindúes locales siempre comen en platos de cobre, mientras que los muria, incluso aquéllos que disponen de una fortuna (como la familia de Tiri), rara vez usan platos; en lugar de éstos emplean hojas, las que una vez concluida la comida no requieren ser lavadas o sirven como alimento para los animales domésticos. El conjunto de platos en poder de Tiri tienen grabado el nombre de la familia (aunque ninguno de sus miembros sabe leer), junto con una svástica y otros símbolos hindúes. Los artículos de cobre, al igual que la joyería, se integraron al sistema de consumo muria como resultado de su asociación con el consumo público, y no con el lujo privado. Todos los hogares acaudalados de la aldea poseen algunos platos de cobre y quizá una o dos tinajas de cobre, pero no existe un espíritu de competencia al respecto. Representan un medio para honrar a los invitados o a la aldea durante las celebraciones rituales.

Con todo, parece que la madre de Tiri, al reunir una colección tan grande de tinajas y exhibir la mejor de ellas en un sitio importante de la vivienda, ha ido más allá que el resto de las mujeres de su aldea, ninguna de las cuales posee tantas tinajas. Quizá sea demasiado susceptible a las tinajas de cobre porque una de ellas cuesta lo mismo que cuatro frazadas y, sin embargo, nos comentó que no había podido reunir la suma necesaria para comprar una manta. En mi opinión, creo que está involucrado cierto fetichismo, pero el objeto que provoca la actitud fetichista no es uno que sitúe a la madre de Tiri fuera de su mundo cotidiano (como los televisores adquiridos por los pescadores), sino uno que se levanta como símbolo poderoso de las actividades tradicionales de las mujeres muria.

La madre de Tiri le contó a Simeran Gell su satisfacción porque no hubiera un pozo en la aldea, y que la parte del día que más le gustaba era la tarde, cuando se dirige al río (situado a más de un kilómetro y medio de distancia), acompañada por su fiel vasija y un hato de vacas. Una vez ahí abreva el ganado y frota vigorosamente la tinaja con arena para darle brillo; después, llena con agua tanto la tinaja de cobre como otra de menor valor y las coloca sobre su cabeza, conservando un perfecto equilibrio para llevarlas de regreso al hogar. Rodeada de vacas, empapada pero en postura totalmente recta, arriba justo a tiempo para organizar la comida que se sirve en las primeras horas de la noche.

La energía y destreza con que la madre de Tiri lleva a cabo las tareas domésticas son dignas de admiración, y ella está plenamente consciente de eso. Me parece que la gran dignidad conferida al desempeño del papel de matriarca muria es proyectada a su colección de tinajas de cobre, sobre todo a la que mantiene en exhibición. Desde el punto de vista psicoanalítico, así como desde la perspectiva de ciertos sistemas simbólicos indígenas, los recipientes constituyen símbolos femeninos; en consecuencia, existe una base psicológica para estimar que ella se autoidentifica con la tinaja que tanto aprecia. Por otra parte, cabe mencionar que las castas hindúes locales conciben las vasijas como novios simbólicos: las jovencitas que llegan a la pubertad sin haber hallado marido, se casan con recipientes (Dubey, 1953). Por ende, las tinajas pueden representar un símbolo masculino. En todo caso, es probable que el simbolismo en cuestión sea ambiguo.

Más allá del enfoque psicológico, es notable que la tendencia a coleccionar objetos de cobre de la familia de Tiri sea uno de los pocos modos en que se demuestra abiertamente su estatus opulento. Como las piezas de cobre fueron de los primeros artículos de riqueza hindú comercializados en Bastar, pueden acumularse sin que esto signifique

rechazar la identidad muria. En los años venideros, quizá los muria y los turistas sean los únicos compradores de artículos tradicionales de cobre, del mismo modo que los muria y los turistas son hoy día los principales clientes de los plateros tradicionales (la mayoría de los vendedores de productos de plata están comenzando a comerciar con objetos de acero inoxidable, los cuales son mucho más populares entre los hindúes de mentalidad moderna).

Resulta muy curioso que los muria, sin una tradición artesanal propia y una producción de bienes de prestigio, sean en realidad mucho más parecidos a los occidentales, quienes buscan la autenticidad en lo exótico, que a los miembros de las sociedades artesanales tradicionales, categoría a la cual creen erróneamente pertenecer. Los productores de artesanías tradicionales, como los turcomanos analizados por Spooner en el capítulo VII, no parecen interesados en la autenticidad y, para consternación de los coleccionistas, les encanta prostituir la pureza estilística con tal de satisfacer el gusto degradado de la modernidad. No obstante, las razones explicativas del conservadurismo muria difieren de las causas dilucidadoras del purismo occidental en materia de artesanías. Los muria son conservadores porque no desean desviarse de la naturaleza de consumo sancionada por la comunidad, esto es, porque no quieren parecer individualistas. Por su parte, los occidentales buscan la pureza para demostrar un gusto superior; para destacar, en lugar de encubrir, su individualidad.

El consumo de la familia de Tiri es centrípeto, es decir, está dirigido a mantener todo dentro de límites que puedan ser controlados rígidamente. Para la familia de Tiri es motivo de gran satisfacción sólo consumir el arroz cultivado por ellos, y que los alimentos introducidos a la vivienda sean exclusivamente manejados por los abastecedores tradicionales, sobre todo por los maraars, la casta cultivadora de legumbres destinadas al mercado local. Este conservadurismo no es producto de una variante de la ética protestante, sino de la determinación de parte de la familia acaudalada, pero insegura —racional o irracionalmente—, de no propasarse, no presumir y no comportarse como si las circunstancias hubieran cambiado y el consumo audaz fuese en realidad posible, pues temen que la frágil estructura se derrumbe de la noche a la mañana. Mientras tanto, la familia se vuelve cada vez más rica. Debido a que sus predios son limitados (suman poco más de cinco hectáreas), sería racional que acumularan riqueza para comprar más tierras; sin embargo, es improbable que existan campos disponibles y, en el caso de que los hubiese, una coalición poderosa de intereses del clan competiría por su obtención contra la aislada familia de Tiri. En todo caso, nadie adquiere terrenos con base

en el acto de escatimar las frazadas. El puritanismo de Tiri no es en verdad ajeno a la actitudes muria, pues constituye un intento por preservar el estilo de vida muria a despecho de los hechos económicos, y resulta racional a largo plazo: el hijo de Tiri se beneficiará sin duda alguna de la parsimonia practicada por su padre y su abuela. Tiri controla su destino y sigue una estrategia que tiene sentido para él y para los demás habitantes de la aldea.

Mi último ejemplo está constituido por el caso de una familia aún más acaudalada, cuyo consumo tiende hacia un grado más radical de incoherencia.

Durante mi viaje más reciente a Bastar en 1983, trabajé cerca de Narayanpur, centro administrativo y comercial. Me hospedé en la aldea de Duganar, en la casa de un muria de más de sesenta años de edad llamado Ram. Este individuo era dueño de cinco casas confortables, pero prefería dormir —año tras año y en todas las estaciones— en la estructura edificada para conservar la trilladora que se hallaba en medio de sus campos. Según las apariencias, se trataba de un sujeto empobrecido. Se vestía con un taparrabo de algodón y una vieja chaqueta de lana, sucia y llena de agujeros. Era alto y delgado, trasquilimocho y de barba cana encrespada (el único servicio que le presté y que parece haber apreciado mucho fue afeitarlo gratuitamente).

Al principio creí que Ram era el típico anciano muria, es decir, una nulidad en su hogar. En las aldeas tradicionales muria (entre las cuales ya no puede incluirse a Duganar), los hombres que tienen hijos adultos son obligados a ceder el control de la organización doméstica y productiva, y a dedicar el tiempo a beber con amigos de su misma edad. Por ejemplo, el padre de Tiri, a quien ni siquiera mencioné cuando describí a su familia, era un anciano borrachín, encantador aunque ocasionalmente aburrido, que era tratado por su esposa e hijo con franco desprecio. En el caso de Ram Saukar, las cosas eran muy diferentes según pude corroborar pronto. No realizaba ningún trabajo físico, pero controlaba y dirigía todas las tareas, cuya ejecución estaba en manos de sus dos hijos, sus dos nueras, su hija soltera y dos sirvientes permanentes de la granja. Ram Saukar era el miembro de más alto rango del clan dominante en Duganar, el *sarpanch* de la aldea, capaz de leer y escribir en hindi, y con dominio del halbi y el gondi. Era dueño de 14 hectáreas de tierras, convertidas en arrozales de primera clase y equipados con un canal de irrigación. Asimismo, poseía tantos búfalos que ya no los contaba; en cierta ocasión, cuando le pregunté cuántos tenía, simplemente me respondió que "bastantes". Contaba incluso con una vagoneta y un chofer a su disposición,

aunque lamento señalar que obtuvo tales beneficios al permitir que su hija se convirtiera en la concubina del chofer del vehículo, un sij que era en realidad el dueño de la vagoneta y quien se había vuelto su cliente permanente. Este arreglo fue muy favorable para Ram Saukar: su hija permanecía en el hogar, donde continuaba trabajando; podía utilizar el vehículo en cualquier momento que lo necesitara, sin tener que gastar en su mantenimiento y, además, obtenía ingresos por concepto de pensión alimenticia y alojamiento del chofer y de los ayudantes de éste.

El producto de las 14 hectáreas cultivadas era mucho mayor al requerido para alimentar a los numerosos y heterogéneos moradores de la casa de Ram. Sin embargo, jamás se destinaban las cosechas al mercado de Narayanpur, situado a escasos tres kilómetros de distancia, salvo ciertas excepciones (como las semillas de mostaza). En un primer momento atribuí esta renuencia a vender el arroz, que he comprobado en la aldea muria más "tradicional", al respeto conferido al arroz en sí mismo (Tiri nos explicó su resistencia a venderlo aduciendo que es demasiado sagrado para comercializarlo). Sin embargo, descubrí después que la familia de Ram sí estaba involucrada en el negocio del arroz pero, en lugar de venderlo a la cooperativa del mercado local y de acuerdo con los precios fijados por el gobierno, esperaba a que el abasto escaseara y a que se elevaran los precios, momento en el que vendía privadamente el arroz en la aldea. Asimismo, cosechaba y vendía grandes cantidades de bayas de belcho (la materia prima necesaria par elaborar el licor local o *damgo*), esperando siempre la mejor ocasión para descargar el producto, es decir, justo antes de la *mela* o temporada de casamientos de Narayanpur. La vivienda de Ram estaba llena de bayas de belcho, pero nunca se preparaba con ellas la bebida alcohólica; si los hijos o el chofer deseaban ingerirla, debían conseguir una botella en Narayanpur. El propio Ram no fumaba ni tomaba bebidas embriagantes. Una vez le ofrecí una galleta. La aceptó, comió la mitad a pequeños mordiscos y reservó la otra mitad "a los niños".

Debido a que Ram Saukar disponía de ingresos elevados (en comparación con los del campesinado) y a que nunca gastaba un solo paisa, ¿qué otra cosa podía hacer con sus ganancias además de invertirlas en un banco?

En la única actividad que Ram Saukar gastaba más que el resto de los moradores empobrecidos de Duganar era la construcción de casas. Su residencia se componía de tres viviendas edificadas alrededor de un patio común y un establo. En la primera vivienda habitaba su esposa; en la segunda, su hijo mayor, y en la tercera, su hijo menor.

Ram vivía, como él mismo solía decir, en el campo. Ahora bien, en el camino principal a Narayanpur, construyó una especie de condominio, esto es, tres casas anexas y de dos pisos cada una. Este edificio (*burha lon*) estaba destinado a arrendarse a las familias de trabajadores inmigrantes que laboraban en Narayanpur. Su construcción se había concluido un par de años atrás y mostraba ya signos de decrepitud. Sólo una casa estaba ocupada; empero, su inquilino era el ayudante del chofer sij, quien pagaba una renta minúscula. En términos comerciales este negocio arrojaba pérdidas totales, pero los miembros de la familia de Ram estaban muy orgullosos de haber levantado una estructura tan impresionante y pasaban mucho tiempo en ese lugar, charlando con la esposa del asistente del chofer-dueño de la vagoneta. Cerca del *burha lon* tan apreciado se hallaba una construcción que no admiraban en absoluto, de la cual afirmaban con franqueza que constituía "un acto disparatado del anciano". Ram había decidido edificar una casa de piedra para eliminar el problema de mantenimiento característico de las viviendas con muros de barro. Contrató a algunos albañiles para que descantillaran el granito local en bloques cuadrangulares; sin embargo, en un momento dado, su inspiración (o su vigor) se esfumó y todo lo que construyó fue una sola habitación, sumamente reducida y sin ventanas. De hecho, se trataba de una réplica en piedra de los pequeños cobertizos habitados por individuos muy pobres. Desde luego, esta choza de piedra era inservible y nunca fue techada. No obstante, esta casa, al igual que el *burha lon*, había implicado la inversión de tiempo y dinero.

Con todo, durante mi estancia en Duganar la familia de Ram Saukar, que ya poseía dos casas excedentes, estaba edificando otras tres viviendas. Éstas iban a ocuparlas los hijos de Ram y, de acuerdo con un trato a todas luces sospechoso, el chofer de la vagoneta. Esta última serie de construcciones había sido estimulada por el ofrecimiento gubernamental de otorgar 5,000 rupias para comprar materiales y títulos de propiedad de los lotes ubicados en el camino a Narayanpur, a los habitantes tribales "sin hogar". Sin este incentivo quizá hubieran construido tales casas en otro lugar y menos rápidamente, pero a ambos hermanos los entusiasmaba la idea de poseer una vivienda propia, aunque ésta estuviese lejos de sus tierras y de la residencia familiar, situada apretadamente entre las instalaciones de los *ganda* (tejedores) y el camino principal, así como rodeada por extraños que pertenecían a otras castas.

La familia de Ram Saukar invirtió sus ingresos en casas que no necesitaba, porque la construcción de viviendas implicaba un uso tradicional y "práctico" de los recursos, y no un procedimiento obvio,

incluso para ellos, de jugar con el dinero. Sin embargo, las casas excedentes y, en particular, el *burha lon*, se convirtieron en juguetes u objetos de disfrute estético. Sin duda, el cobertizo de piedra del anciano constituía una especie de afirmación personal, expresión de su naturaleza pétrea, de su deseo de permanencia o, quizá, de su antagonismo con los hijos, pues decidió edificarlo a pesar de las protestas de éstos. Asimismo, esa choza podía representar una tumba; las únicas estructuras de piedra construidas comúnmente por los muria son los monumentos funerarios. Con todo, es característico que los elementos simbólicos incorporados a las casas excedentes de las familias en tanto objetos de consumo, estén disfrazados por el hecho de que las viviendas no aparecen en absoluto como objetos de consumo, sino como inversiones, si bien con alguna clase de propósito ulterior.

Como ya se mencionó, Ram Saukar sólo consumía lo mínimo indispensable para la supervivencia física. Sin embargo, no era avaro. Repartió predios a sus hijos, quienes obtuvieron así ingresos propios; además, firmaron contratos con el gobierno que les proporcionaron aún más recursos. Ambos hermanos adquirieron la trinidad de símbolos de estatus que constituye la máxima aspiración de los campesinos muria: radio, bicicleta y reloj de pulsera. Su vestimenta era en extremo modesta. Nunca llevaban pantalón largo, sólo lucían pantalón corto cuando iban al pueblo. Normalmente usaban prendas baratas y largas hasta las rodillas y camisetas harapientas, aunque tenían camisas de buena calidad que empleaban en ocasiones formales. No calzaban zapatos ni sandalias, excepto en sus excursiones al pueblo. Llevaban el cabello corto y no utilizaban turbantes. De hecho, gastaban menos en prendas de vestir que lo invertido por un joven de una aldea tradicional en atavíos y adornos, independientemente de que fuese miembro de una familia acaudalada o de una empobrecida. Ingerían pocas bebidas alcohólicas y no comían mejor que el muria "pobre" promedio de una aldea tradicional. Tampoco empleaban joyas. Sin duda, sus esposas se vestían muy bien cuando así lo deseaban. La mujer del hermano menor nos comentó que su marido le regalaba saris siempre que podía hacerlo, pero que lo inhibía la actitud de la esposa del hermano mayor, la cual estaba en contra de dilapidar el dinero de la familia en gastos de la mujer de su cuñado, a quien consideraba una intrusa. Ello provocó riñas entre los hermanos, episodios a los que temía la señora con la que charlamos.

La familia de Ram evitaba gastar dinero porque cualquier iniciativa de consumo era vista como una amenaza contra el poder. Ram Saukar no gastaba para conservar su control de hierro sobre la

organización familiar en tanto unidad productiva. Si comenzaba a emborracharse y a disfrutar de la vida como cualquier hombre de edad avanzada, hubiese perdido su poder, tal como sucedía a los ancianos ordinarios. Los hermanos no gastaban porque cada uno estaba resuelto a no ofrecer al otro pretextos para que lo acusara de conducta despilfarradora; tal acusación podía tener resultados negativos en el momento de reclamar la herencia. No obstante, más allá de los conflictos intrafamiliares, subsistía el hecho general de que ninguno de los hermanos fantaseaba con un consumo mayor al del nivel más elemental. Sostuve varias discusiones con el chofer sobre el precio de los magnetófonos vendidos en Delhi, Raipur, Jabalpur, Narayanpur, etcétera (él quería comprar uno para la cabina de su vagoneta). Ambos hermanos participaron vehementemente en tales conversaciones, pero ninguno de ellos consideraba que un magnetófono barato fuese un objeto que pudieran adquirir. Las tiendas de Narayanpur y Kondagaon, con las cuales estaban muy familiarizados, estaban llenas de objetos modernos (vendidos usualmente a los empleados asalariados del gobierno y a otros habitantes urbanos), pero nunca manifestaron el menor interés en comprarlos.

Con todo, el caso más sorprendente de la actitud de los hermanos no se relacionaba con los artículos modernos, sino con los supuestamente tradicionales, cuyas posibilidades de consumo eran desconocidas para la familia de Ram, aprisionada en su riqueza, hasta que yo llamé la atención sobre ellas.

Entre las obras de arte tribal por las cuales es célebre Bastar, las más destacadas son las figurillas de bronce fabricadas mediante el proceso de cera perdida. Al igual que toda la cultura material muria con asociaciones "tribales", estas esculturas no son elaboradas realmente por tribus, sino por la casta local que trabaja el bronce (*ghassiya*). Tales objetos son colocados en los templos, y coleccionados con avidez por los turistas. Es posible comprarlos en todas las ferias importantes de Bastar o directamente con los fabricantes establecidos en diversas aldeas del distrito. Cuando realizaba en Bastar una investigación de mercados, visité un centro de fundición de metales en Kondagaon, donde adquirí con fines turísticos una pequeña colección de figurillas de bronce campanil, para decorar una repisa de la chimenea de mi hogar. Compré un caballo, una vaca, un venado, un tigre, un alacrán, etcétera, integrando el conjunto más completo posible de figuras de animales. Al cabo de mi viaje a Kondagaon, regresé a la casa de Ram, donde estaba hospedado. Desempaqué mi colección de animalitos y los dispuse en el piso, a fin de que los niños se divirtieran un rato. El resultado fue electrizante. No sólo los chiquillos estaban

fascinados, sino también un grupo de adultos, incluyendo a los hermanos. Cogían las figurillas, las examinaban minuciosamente, las colocaban en distintas posiciones y las admiraban desde todos los ángulos. Me felicitaron por haber descubierto y adquirido las piezas en cuestión y, al final de la sesión, las envolvieron y guardaron con todo cuidado dentro de mi maleta. El conjunto de figurillas me costó menos de 100 rupias (unos 11 dólares), desde luego, era el precio fijado para los turistas; en consecuencia, los miembros de la familia de Ram podían conseguirlas por una suma mucho menor. Sin embargo, resultaba obvio que no se les había ocurrido comprar semejantes objetos, aunque estuviesen supuestamente impregnados de la cultura muria. De la cultura, quizá; del sistema de consumo, nada en absoluto. Únicamente en mi calidad de turista —comprando las figuras y exhibiéndolas en un contexto particular—, mostré a los propios muria que ante sus ojos tenían algunos objetos por consumir. Por supuesto, aún debe transcurrir cierto tiempo para que los muria se aventuren, con la desenvoltura característica incluso del turista más tímido, a las variantes modernas del consumismo. Empero, quizá yo inicié ese proceso en el caso de la familia de Ram.

Conclusión

La descripción anterior del sistema de consumo muria y de su futuro ambiguo en el contexto de los cambios económicos actuales ha sido fragmentaria en muchos aspectos. Sin embargo, espero haber expresado la compleja interacción existente entre los dos elementos constitutivos de las sociedades campesinas, los cuales no suelen considerarse conjuntamente: por una parte, la transformación económica resultante de los cambios tecnológicos y, por la otra, el orden simbólico que las economías convencionales asignan a la categoría compuesta por los gustos. El estudio de éstos recién se ha convertido en una preocupación de la sociología marxista (Bourdieu, 1979), lo cual es del todo acertado porque nada expresa tan agudamente a las clases sociales, y al sistema educativo reforzador y perpetuador de las clases en la sociedad moderna, que las preferencias de consumo en el terreno cultural (la música, las cintas cinematográficas, los muebles, las pinturas, etcétera). En el análisis de la producción estética, el foco de atención se ha trasladado desde la actividad creativa del artista o del artesano aislados hasta las condiciones sociales que son reproducidas por el arte y la producción artesanal, y que fomentan este tipo de trabajo. Aquí hay también una lección que puede derivarse del estudio

del arte "primitivo", donde el esquema de "genio solitario-público ilustrado" característico de la teoría convencional del arte es aún menos aplicable que en su contexto burgués original.

Los muria, como he enfatizado, no han creado nada en el sentido material, salvo un paisaje y un mercado, éste último abastecido por otros grupos: los tejedores y comerciantes de prendas de vestir, los plateros *marwari* del lejano Rajastán, los *ghassiya* que trabajan el bronce, los alfareros y los orfebres, etcétera. Estos elementos materiales han sido seleccionados e integrados a una matriz cultural inmaterial, a un estilo colectivo estrechamente vinculado al proceso muria de reproducción social (las instituciones políticas aldeanas, el sistema del *ghotul*, el culto a las deidades del clan y de la tierra, el sistema de alianzas matrimoniales, etcétera). Este estilo colectivo, o consumo productivo, constituye la creación muria en la esfera del arte y provoca la impresión de que los muria son, al igual que otras tribus de la India, artistas innatos. Su habilidad artística, hasta donde puede hablarse de ella, está restringida a la esfera inmaterial del canto, la danza y la narración de cuentos. Sin embargo, si se examinan las etnografías que describen a los muria durante su periodo de florecimiento (sobre todo el trabajo realizado por Elwin a lo largo de la década de los cuarenta), es imposible no convenir con el enfoque de que los muria se las arreglaron, con base en su práctica de consumo colectivo, para crear una síntesis sorprendente, una síntesis que aún subsiste, a pesar de que han sido absorbidos por la corriente principal de la sociedad rural hindú. Esta ostentación de atavíos adquiridos en el mercado trasciende los límites de la mera adopción de costumbres y se vuelve una forma de arte en sí misma.

No obstante, este estilo colectivo depende de condiciones sociológicas específicas, las cuales se cumplen cada vez menos debido a la creciente diferenciación interna de la sociedad muria. En el presente ensayo he destacado tanto la naturaleza tradicional del consumo como las presiones a las cuales está ahora sujeta dicha naturaleza, sobre todo donde se hallan involucradas familias muria acaudaladas. Con el paso del tiempo, los muria dejarán de vestirse como muria; pero continuarán engalanándose como muria cuando quieran explicitar su etnicidad. En cierto grado, ya se han convertido en productores de artefactos "tradicionales". El establecimiento de esculturas de bronce de Kondagaon, donde adquirí mi colección de figurillas, produce básicamente para los turistas. Cabe destacar que el principal artesano de ese centro de fundición es un *adivasi* instruido, no un miembro de la casta tradicionalmente responsable de ese trabajo (*ghassiya*). Este individuo ha viajado a Delhi e incluso a Londres para

exhibir sus artesanías "tribales". Así como los artículos tradicionalmente adquiridos por los muria, en ferias y mercados, han experimentado una modificación al ser incorporados al sistema de consumo muria, del mismo modo estos objetos sufren hoy día una revaloración al ser desviados hacia el gran mundo hambriento de autenticidad, y que por tal motivo constituye el peor juez posible en la materia. Entramos en un vestíbulo lleno de espejos y poblado por imágenes que se reflejan y se vuelven a reflejar sin cesar, de un modo muy parecido al aludido por Lévi-Strauss en relación con los mitos. Así, podemos concluir con un aforismo lévi-straussiano modificado para nuestros propósitos: el mundo de los bienes es circular.

NOTAS

La investigación que sirvió de base para la redacción del presente ensayo fue patrocinada por la Comisión de Asuntos Sociales del ESRC, a la que expreso mi gratitud. Un apoyo adicional me fue otorgado por el Centro Internacional de Economía y Disciplinas Afines (ICERD), de la Escuela de Economía y Ciencia Política de Londres.

REFERENCIAS

Bourdieu, P.

1977, *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge, Cambridge University Press.

1979, *La distinction: Critique social du jugement*, París, Editions de Minuit.

Brown, P.

1978, *Highland Peoples of New Guinea*, Cambridge, Cambridge University Press.

Douglas, M. y B. Isherwood

1980, *The World of Goods*, Harmondsworth, Inglaterra, Penguin Books. (*El mundo de los bienes,* Grijalbo México, 1990.)

Dubey, S.

1953, "Token Pre-Puberty Marriage in Middle India", en *MAN*, 53, 21.

Elwin. V.

1943, *Maria Murder and Suicide*, Bombay, Oxford University Press.

1947, *The Muria and Their Ghotul,* Bombay, Oxford University Press.

Freeman, D.
1970, *Report on the Iban*, Londres, Athlone.
Fürer-Haimendorf, C. von
1982, *The Tribes of India: The Struggle for Survival*, Berkeley, University of California Press.
Gell, A.
1982, "The Market Wheel: Symbolic Aspects of an Indian Tribal Market", en *MAN*, 17, 470-491.
Gell, S.
1984, The Ghotul in Muria Society. Tesis doctoral presentada en la Universidad Nacional de Australia, Canberra.
Grigson, W.
1938, *The Maria Gonds of Bastar*, Londres, Oxford University Press.
Hill, Polly
1983, *Dry Grain Farming Families*, Cambridge, Cambridge University Press.
Jaspers, K.
1971, *Philosophy*, Chicago, University of Chicago Press.
Leach, J.W. y E.R. Leach, comps.
1984, *The Kula: New Perspectives on Massim Exchange*, Cambridge, Cambridge University Press.
Malinowski, B.
1973, *Los argonautas del Pacífico Occidental: un estudio sobre comercio y aventura entre los indígenas de los archipiélagos de la Nueva Guinea melanésica*, Barcelona, Península.
Sartre, J.P.
1963, *Crítica de la razón dialéctica*, Buenos Aires, Losada.
Sinha, S.
1962 "State Formation and Rajput Myth in Tribal Central India", en *Man in India*, XLII/1, 35-80.
Stirratt, J.
S.f., *Attitudes to Money among Catholic Fishing Communities in Sri Lanka*. Documento presentado en el seminario "La antropología del dinero", 1982, Escuela de Economía y Ciencia Política de Londres; esta ponencia será publicada bajo la dirección de M. Bloch y J. Parry.

TERCERA PARTE

PRESTIGIO, CONMEMORACIÓN Y VALOR

V. VARNA Y EL SURGIMIENTO DE LA RIQUEZA EN LA EUROPA PREHISTÓRICA

COLIN RENFREW

Se suele trazar una línea divisoria entre las sociedades con sistemas económicos no especializados y relativamente indiferenciados, y aquéllas donde la producción particularizada y el intercambio mercantil a gran escala desempeñan un papel importante. En las primeras, a veces englobadas bajo el término de "modo doméstico de producción", la mayoría de sus miembros dedican la mayor parte del tiempo de trabajo a la producción de alimentos para el consumo local, y el intercambio de bienes persigue como meta principal obtener los artículos necesarios o deseables que son fabricados en territorios vecinos. En las segundas, las actividades comerciales son relevantes, y una proporción sustancial de la población está consagrada a la producción y el intercambio lucrativos.

En la esfera de la antropología económica, esta distinción ha sido enfatizada por los "sustantivistas", sobre todo por Polanyi (1957), quien ha destacado la "incrustación" de la economía en la matriz social de las sociedades más antiguas. Los partidarios de esta corriente han criticado la costumbre de los "formalistas" de aplicar las técnicas analíticas de la economía moderna, desarrolladas principalmente para describir las economías industriales modernas, a sociedades mucho más simples. Los sustantivistas argumentan que el *homo oeconomicus* de la economía moderna era inexistente como tal en las sociedades en cuestión. Desde luego, buena parte de dicha crítica es

legítima; empero, Adams (1974) ha puntualizado que la mentalidad mercantil, es decir, el deseo de obtener ganancias, no se limita al mundo moderno, ni al de la antigüedad clásica. Sostener que el mercado fue una innovación de la antigua Grecia, como lo ha hecho Polanyi, constituye una simplificación excesiva.

A pesar de que la diferenciación entre economías "simples" y "complejas" ha sido exagerada indebidamente en el pasado, y de que quizá sea mejor evitar el uso de tales categorías contrastadas, existen argumentos válidos en la base de tal distinción. El arqueólogo está consciente de que en la mayoría de las economías de cazadores y recolectores, así como en la etapa inicial de la agricultura, el énfasis residía en la subsistencia; lo cual apoyaría el empleo de la primera categoría. Por otra parte, en las sociedades estatales antiguas y, sobre todo, en los primeros imperios, el énfasis recaía en la intensificación de la producción y la concentración de diversos artículos en las manos de una élite; lo cual sostendría la utilización de la segunda categoría.

Ahora bien, lo interesante es saber cómo, en qué circunstancias y por medio de cuáles procesos, surgieron las economías más complejas. Formular estas preguntas no significa adoptar una postura teórica prefabricada (por ejemplo, asumir una perspectiva "evolucionista" o una "neoevolucionista"). Más bien, implica la noción de desarrollo a través del tiempo de las sociedades en cuestión y, por tanto, un enfoque diacrónico. Y esto es algo que sólo puede suministrar el arqueólogo, pues casi sin excepción las sociedades concebidas como "simples" no elaboraron sistemas de escritura y, si se carece de registros escritos, las técnicas empleadas por el historiador no resultan adecuadas. Por otra parte, y hasta donde tengo entendido, la transición a la economía desarrollada, en ausencia de factores externos de aculturación importantes, tampoco ha sido estudiada por los antropólogos a lo largo de los últimos cien años. Casi por definición, el trabajo antropológico se centra en el proceso de absorción de la economía examinada por lo que los autores neomarxistas llamarían el sistema mundial.

En consecuencia, la investigación de tales procesos de desarrollo económico constituye a menudo una tarea del arqueólogo. Sin embargo, el interés del estudio va más allá de la arqueología porque las importantes innovaciones involucradas son de diferentes tipos. Ante todo, los procesos de intensificación de la producción suelen implicar avances tecnológicos. Algunos de éstos se relacionan con la esfera de la producción de subsistencia: el desarrollo de mejores variedades de cultivos o de mejores razas de animales; el uso del

arado y de otros elementos constitutivos de lo que Sherratt (1981) ha denominado "la revolución de los productos secundarios", y quizá, en algunos casos, la irrigación. Otras innovaciones tecnológicas son de una clase diferente, y tienen como resultado la aparición de nuevos productos y, a veces, de nuevos materiales, tales como la arcilla y el metal, con frecuencia a causa de avances en la pirotecnología. Estos progresos no operan exclusivamente en la esfera tecnológica. Implican, y en ocasiones son producto de, sistemas sociales en desarrollo. Las cosas o las mercancías nuevas (por ejemplo, la cerámica y el bronce) no llegan al mundo como mero resultado directo e inevitable de sus propios atributos físicos. En algunos casos, son la consecuencia de ciertos inventos afortunados; empero, como ya lo he planteado en otra parte (1978), la *adopción* generalizada de la nueva actividad o producto, y no simplemente el descubrimiento de un proceso técnico, es lo que constituye la verdadera innovación. Esto significa —planteamiento que nunca han negado los economistas, ni siquiera los formalistas— que no se pueden analizar las mercancías o el desarrollo de la economía, si no se consideran conceptos tan vinculados a lo social como los de valor y demanda.

Ahora bien, no es fácil analizar la noción de valor ni siquiera en una sociedad donde puedan observarse directamente las tasas del intercambio. En este punto debo señalar que me parece correcto el argumento de Binford (1969, 163): en arqueología es mejor no recurrir a las "preferencias psicológicas", esto es, utilizar explicaciones basadas en supuestos estados mentales de los pueblos prehistóricos, respecto de los cuales no existe una evidencia directa. Para Binford, el concepto de valor pertenece a lo que Pike (citado por Harris 1968, 571) llamaría una categoría "émica": algo que existe originalmente en el pensamiento de los miembros de una comunidad determinada. Sin embargo, el valor también puede ser una categoría "ética": algo que actúa sobre el mundo material de un modo que puede ser observado y evaluado interculturalmente, con lo cual el observador moderno puede reunir una evidencia material importante.[1]

Hace algunos años, al examinar el crecimiento de una sociedad compleja en las costas del Egeo prehistórico y el desarrollo de un comercio de bienes de metal, sugerí que la ecuación fundamental era "la equivalencia simbólica de los valores sociales y materiales":

> El núcleo de muchas de las interacciones entre las actividades y los subsistemas, interacciones que constituyen la causa principal del crecimiento

> económico, se desarrolla a partir de la inclinación humana a conferir una importancia social y simbólica a los bienes materiales. De este modo, todo el complejo de actividades desempeñadas en el mundo material satisface las aspiraciones, ambiciones y necesidades que, a primera vista, carecen completamente de una significación para facilitar la existencia continua del individuo de la especie. (Renfrew, 1972, 487.)

La observación anterior alude básicamente a un ejemplo específico del surgimiento de una sociedad estatal. Empero, no hay duda de que puede aplicarse a otras áreas. Por ejemplo, en la Gran Bretaña prehistórica, hacia el año 2000 a. de C., observamos por vez primera el uso de diversos materiales, incluyendo el oro, el ámbar y el bronce, en contextos que indican su asociación a un alto prestigio. En realidad, se trata de la aparición no sólo de nuevas mercancías, sino también, en cierto sentido, de un nuevo *tipo* de prestigio. O, por lo menos, de un modo enteramente novedoso de expresar el prestigio. Desde luego, esta afirmación abre nuevas posibilidades al desarrollo de la arqueología social, en virtud de que suele aceptarse que el alto estatus, vinculado al prestigio, no es en general una característica de las sociedades humanas pequeñas y primitivas, en particular de las compuestas de cazadores y recolectores. En todas las zonas del mundo que se han estudiado, el rango y la estratificación surgieron al parecer en un periodo posterior. Por supuesto, ésta es una generalización muy amplia, fundamentada sólo de manera parcial en la evidencia arqueológica. Su principal validación proviene del análisis antropológico de las sociedades vivas de cazadores y recolectores.

Esta es un área ya madura por examinar; aunque los arqueólogos han concluido a menudo que ciertos conjuntos de objetos —por ejemplo, los suntuosos ajuares funerarios descubiertos en tumbas— indican el alto estatus del individuo, la base precisa de tal enfoque nunca ha sido analizada de manera muy satisfactoria.[2]

Asimismo, existe otro asunto interesante, destacado recientemente por Hodder (1982*b*, 212), concerniente al papel activo desempeñado por la cultura material. Como señala este autor, los objetos prestigiosos hallados en tumbas u otros sitios que se relacionan con un individuo notable, no son meramente un *reflejo* de su alto estatus. Este representa un modo reflector de pensar, en el cual caen con facilidad muchos arqueólogos (Hodder 1982*a*, 4). Por el contrario, tales aspectos de la cultura material pueden haber sido responsables en gran medida del origen de ese alto estatus, planteamiento concordante con las ideas expresadas hace tiempo por Veblen (1899), respecto del consumo llamativo y la ostentación. En realidad, puede lograrse un alto estatus mediante la manipulación de los bienes

materiales y la exhibición de riqueza, tal como lo han indicado muchos análisis de los sistemas de grandes personalidades. En consecuencia, durante el estudio de las mercancías de alto valor, no sólo nos centraremos en su asociación a un alto estatus, sino que también reflexionaremos sobre el origen de éste. Desde luego, es necesario un marco de inferencia, que nos permita manejar con lucidez estas cuestiones.

En diversas áreas del mundo se ha advertido, en el caso particular de la innovación metalúrgica, que la aparición del bronce y de otros metales en tanto mercancías *útiles* fue un fenómeno posterior a su uso como materiales nuevos y atractivos, empleados en contextos de ostentación, donde se vinculaban a un prestigio alto y se consideraban de gran valor. A continuación desarrollaré algunas de estas ideas en relación con los interesantes hallazgos del cementerio de Varna, Bulgaria. Presentaré en calidad de hipótesis, y no de hecho consumado, que el oro de Varna fue una mercancía de alto valor. En la parte final del presente ensayo examinaré la importancia de las nociones cambiantes de valor para el desarrollo de una economía con una producción más intensiva y una distribución más generalizada de productos.

VARNA Y LA PRIMITIVA METALURGIA DEL COBRE

Mercancía e innovación

El desarrollo de la metalurgia representa uno de los casos más claros en que esencialmente las *mismas* innovaciones tuvieron lugar, en diversas partes del mundo y en diferentes épocas, de modo repetido e independiente. A pesar de que puede argumentarse, por ejemplo, que la domesticación del maíz no es en absoluto similar a la domesticación del trigo y que, por tanto, la noción del desarrollo de la producción de alimentos es en buena parte una construcción del arqueólogo, puesto que la domesticación de cada especie ha sido en realidad un suceso muy diferente, tal argumento no es válido para el trabajo con los metales. La fundición mineral dirigida a producir cobre y la aleación de éste con estaño para crear bronce son procesos semejantes, desde el punto de vista técnico, en cualquier sitio que se lleven a cabo.

Quizá por eso se ha sugerido a menudo que sólo existió una invención de la metalurgia. Esta tesis fue bien expresada y fundamentada hace más de dos décadas por Theodore Wertime (1964): "Debe-

mos dudar de que la red enmarañada del descubrimiento, incluyendo el arte de reducir óxidos y sulfuros, el reconocimiento de la plata, el plomo, el hierro, el estaño y, quizá, el arsénico y el antimonio, en tanto nuevas y distintas sustancias metálicas, así como la técnica de alear estaño con cobre, haya sido tejida dos veces en la historia de la humanidad." Con todo, se trata de un argumento que no requiere repetirse aquí. Se ha demostrado que la metalurgia del Nuevo Mundo tuvo orígenes y desarrollos separados de los del Viejo Mundo. Incluso es probable que la metalurgia china haya evolucionado independientemente de la de Asia occidental. En diversas ocasiones se ha afirmado además la factibilidad del origen autónomo de la metalurgia del cobre en el sureste europeo. Lo mismo es válido para la península ibérica. Lo que nos interesa aquí es comprender el modo en que ocurrieron tales innovaciones independientes, creadoras de nuevas mercancías.

Existen otras dos concepciones erróneas que deben ser aclaradas. La primera, que se remonta al Sistema de las Tres Edades y, más en particular, al planteamiento marxista de Gordon Childe referido a las "eras arqueológicas como etapas tecnológicas" (Childe, 1944), que concibe el inicio de la metalurgia del cobre y el bronce y, después, la herrería, como acontecimientos importantes tecnológica y productivamente por derecho propio. Sin embargo, tal como ya se ha señalado, en la mayor parte de los casos, no fue sino muchos siglos después de que las técnicas básicas fueron exploradas y comprendidas, que adquirieron una relevancia productiva y económica.[3] La misma observación es válida para la herrería. En el Cercano Oriente el hierro fue conocido y valorado varios siglos antes de que comenzara la edad del hierro. Asimismo, son comunes los hallazgos de armas de hierro en la Grecia micénica, por lo menos dos siglos antes de que el uso de tales objetos se generalizara. Se puede predecir que circunstancias semejantes son aplicables a muchas áreas donde hubo un desarrollo aborigen de la tecnología de los metales, aunque no existe ninguna duda de que el impacto ejercido por una tecnología importada sobre una nativa menos desarrollada resulta decisiva (como sucedió, por ejemplo, con la demanda de clavos de hierro en la Polinesia del siglo XVIII). En consecuencia, es menester subrayar que lo determinante no es la nueva tecnología en sí misma, sino el uso que se le confiere.

La segunda concepción errónea que merece ser aclarada sostiene que la clave para la adopción de innovaciones importantes es la difusión del conocimiento esencial contenido en ellas. Este enfoque se halla en la base del trabajo de muchos geógrafos, quienes hablan de la "difusión de las innovaciones" como si se tratara de la propaga-

ción de un nuevo virus o de la diseminación de un gene a través de varias generaciones de una población. Tales modelos pueden resultar adecuados en relación con cambios demográficos fundamentales, como la expansión de la agricultura; empero, lo que Hägerstand (1967) denomina difusión de la innovación, a saber, un proceso espacial, constituye sólo una aproximación en la materia. Otra consiste en destacar los factores endógenos de la sociedad en cuestión. En muchos casos, la tecnología estuvo disponible durante un prolongado periodo, antes de que su utilización se generalizara y se volviera tan productiva como para promover la eficiencia de un modo ventajoso.

El contexto social

En mi opinión, la innovación decisiva en el desarrollo de una mercancía nueva suele ser más social que tecnológica. A menudo, cuando dicha innovación tiene lugar, el fundamento tecnológico ya estaba presente.

Este asunto puede ejemplificarse mediante la evolución de la metalurgia en el sureste europeo, durante el periodo calcolítico. Ahora bien, el problema explicatorio aquí involucrado, y quizá en la mayor parte de los casos del desarrollo primitivo de la metalurgia, no consiste en dar cuenta del motivo por el cual no se utilizó desde el principio esa gran tecnología, sino en comprender por qué se le llegó a prestar atención. Antes de que se verificara su gran desarrollo tecnológico, cuya condición era el uso generalizado, la primitiva metalurgia del cobre no producía nada que resultara decisivamente útil. Los artefactos fabricados con el cobre nativo, a través del proceso de templar el metal, tenían muy pocas propiedades que los volviesen más recomendables que las piedras bien escogidas.

En la mayoría de los casos se practicaba la metalurgia primitiva, debido en apariencia y sobre todo a que los productos reunían nuevos atributos que hacían atractivo su empleo como símbolos y adornos personales que, al llamar la atención, podían conferir o realzar el prestigio. Resulta sorprendente que el cobre ocupara un papel fundamental en los sistemas de prestigio de América del Norte. Asimismo, en China se carece de evidencias que apoyen una edad del cobre o un desarrollo muy temprano de la metalurgia del bronce, pues precisamente los metales se usaban para la producción de objetos de prestigio, en particular vasijas de bronce, y los hallazgos aislados de objetos insignificantes son muy raros. Del mismo modo, en el Viejo

Mundo se ha descubierto la presencia del hierro en fases muy tempranas y siempre como un material de gran valor, cuya aparición en entierros suntuosos es indicadora de un estatus prestigioso. Sólo mucho tiempo después se le utilizó para fabricar herramientas productivas, convirtiéndose en un lugar común.

El caso de Varna

Pasemos ahora a examinar lo concerniente al cementerio de Varna. Hace más o menos una década se descubrió ahí una serie de tumbas que contenían suntuosos ajuares funerarios, incluyendo muchos objetos de oro; este descubrimiento despertó gran interés una vez que se estimó la antigüedad de los hallazgos. A pesar de que la metalurgia del cobre tiene un antecedente documentado aún más remoto, en el Cercano Oriente, las piezas de oro encontradas en Varna constituyen el caso más antiguo de utilización fundamental o sustancial del oro a nivel mundial (Renfrew, 1978*a*). (Cabe advertir que, además del cementerio principal localizado cerca de Varna y denominado Varna I, se ha descubierto en esa área un segundo cementerio, llamado Varna II. Este último es más antiguo, pero sus ajuares funerarios son mucho menos opulentos. Cuando no hagamos ninguna distinción, nos estaremos refiriendo a la necrópolis principal, esto es, a Varna I.)

Ahora bien, Varna posee también gran significación en relación con el sureste europeo. Hasta la fecha las culturas calcolíticas de los Balcanes han aparecido siempre enmarcadas por economías en muchos aspectos igualitarias. Las aldeas descubiertas están compuestas de casas de un tamaño bastante similar y, en ocasiones, de una edificación más grande, la cual ha sido comparada con las estructuras comunales destinadas en ciertas sociedades a los "clubes para varones". Algunos hallazgos especiales, tales como las primitivas figurillas de Nicomedia y los amuletos de oro de Chotnitsa, sugieren la existencia de santuarios aldeanos. Hasta ahora, ni los trazos de las aldeas ni los artefactos encontrados indican la presencia de una jerarquía social muy marcada en los Balcanes calcolíticos.

Muy pocos cementerios del área y del periodo en cuestión están bien documentados. Sin embargo, lo que sabemos acerca de ellos no está reñido con la impresión producida por los cementerios húngaros de esa época. Existen disparidades en los ajuares funerarios, quizá comparables a las registradas por Susan Shennan (1975), respecto de Branc, Checoslovaquia, durante una fase ligeramente posterior. Shennan encontró diferencias relacionadas con el sexo del difunto y

algunas pautas de estatus hereditarios, pero no de una jerarquía sobresaliente.

Varna produce una impresión muy distinta. La cantidad de objetos funerarios encontrados en algunas tumbas es asombrosa. Además, los artefactos especiales descubiertos en los sepulcros más opulentos son indicadores por sí mismos de un estatus muy peculiar. Los hallazgos del cementerio aún no han sido revelados en su totalidad, pero se cuenta con una buena descripción preliminar efectuada por Ivanov (1978). Esta autor ha detallado muchos de los ajuares funerarios en el catálogo publicado con motivo de la exposición del Museo de Arte Isetan, en 1982 (Ivanov, 1982). Todavía no resulta factible ofrecer un análisis cuantitativo; empero, se pueden retomar algunos datos. Hacia 1982, se habían descubierto doscientas cuatro tumbas. Entre éstas, treinta y cinco no contienen osamentas, Los excavadores las clasifican como "sepulcros simbólicos" (cenotafios); aunque debe considerarse con seriedad la posibilidad de que los huesos se hayan desintegrado. Los "sepulcros simbólicos" se dividen en sepulturas suntuosas (un total de trece, que incluyen numerosos objetos funerarios: tumbas 1, 4 y 36); sepulturas que cuentan con máscaras de arcilla, que representan rostros humanos (un total de trece); sepulturas meramente simbólicas (veintiuna), y sepulturas que guardan partes reinhumadas de esqueletos humanos (diecisiete). La segunda categoría más importante agrupa a los "sepulcros que contienen esqueletos situados en posición supina" (cincuenta y nueve). La tercera categoría reúne "sepulturas con esqueletos colocados de costado y flexionados" (cuarenta y una). Estas tres categorías principales abarcan ciento treinta y cinco tumbas; se supone que las sesenta y nueve restantes aún no han sido excavadas o clasificadas. Con respecto a esta información destacan cinco aspectos importantes.

1. *Valor relativo de los materiales.* No se puede presuponer que los materiales que nosotros apreciamos en grado sumo, como el oro, hayan tenido necesariamente un alto valor en el contexto en cuestión. Por ejemplo, cuatro de los sepulcros más opulentos contienen un total de dos mil doscientos objetos de oro, cuyo peso es de 4,921 gramos; en consecuencia, podría afirmarse que el oro no era más raro o valioso que otros materiales. Sin embargo, existen cinco argumentos que destacan su valor. En primer lugar, el oro aparece como un adorno personal en dos partes del cuerpo que se reconocen como particularmente importantes desde una perspectiva intercultural: la cara (numerosos ornamentos colocados, por ejemplo, en las máscaras de arcilla, como se aprecia en la tumba 2), y los genitales (protector de oro para el pene, tumba 43). En segundo, el oro predomina en los

objetos cuya posición puede interpretarse como de valor simbólico primordial. Se trata de las "mazas" o "cetros" que, debido al lugar en que se encontraron dentro de la sepultura, indican que fueron inhumados en las manos del difunto (tumba 43) o que ocuparon un lugar fundamental en el ajuar funerario (tumbas 1, 4 y 36). En tercero, la presencia del oro está simulada; es decir, en ocasiones los objetos están fabricados de modo tal que aparentan ser de oro. Este es un relevante principio general, pues en los casos de impostura deliberada resulta evidente que se persigue que el objeto luzca más, en lugar de menos, valioso. (Puede aplicarse un principio diferente cuando se somete a los objetos valiosos a una inspección aduanera.) Este asunto se ejemplifica a través del trozo de hoja de oro que aún está adherido al hacha de piedra, con orificio para enestarla, que se halló, junto con un cetro de oro, en la tumba 4. Sin duda, la intención era que el hacha pareciera fabricada de oro.

En cuarto, el oro se utiliza con una mayor economía (en términos de volumen) que otros materiales comparables como el cobre. Llama la atención que, en apariencia, no haya objetos de oro fabricados mediante el proceso de la fundición.[4] Como los puntos de fusión del oro y el cobre son casi iguales, sería interesante saber si fueron ciertos aspectos técnicos, además de la abundancia o rareza del material, los que dificultaron la fundición del oro. Los objetos de cobre provenientes de la tumba 4 son sólidos; aunque no se ha dado a conocer el peso exacto de cada uno de ellos, en su conjunto deben pesar unos 5 kilogramos, medida que expresa el peso de todos los artefactos de oro descubiertos en el cementerio. El uso de láminas de oro contribuye al área máxima de superficie del material en términos de peso: un buen criterio de valor atribuido. En quinto, el oro es inherentemente atractivo. He colocado este argumento al final porque aún no he presentado planteamientos que trasciendan su carácter subjetivo. Ahora bien, existen al respecto dos tesis objetivas y relevantes: el oro refleja la luz con gran eficacia, lo cual significa que es brillante e incluso deslumbrante; además, no se oxida, permaneciendo inalterable e incorruptible a lo largo del tiempo. Retomaremos este asunto más adelante.

Los argumentos arriba mencionados fundamentan la deducción, que ha dejado de ser una mera suposición intuitiva, de que el oro fue un material de alto valor en Varna. Es factible desarrollar tales planteamientos para mostrar que quizá haya sido el material más apreciado en relación con los otros materiales hallados en varias tumbas.

2. *Estatus más bien heredado (atribuido) que alcanzado.* Varios de los sepulcros infantiles descubiertos en el cementerio contienen ajuares funerarios relevantes, pero ninguno de ellos forma parte de la

categoría compuesta por los más opulentos, entre los que destacan las tumbas 17 y 110. Es posible que los niños inhumados hayan heredado el estatus. Podría afirmarse que se trata de los hijos de personas que lograron un alto estatus, y que el modo de sepultarlos refleja el estatus paterno.

3. *Rango sobresaliente*. En el cementerio de Varna existen grandes disparidades en términos de: a) el número de objetos funerarios; b) la cantidad de materiales de alto estatus, sobre todo de oro; c) la presencia de emblemas simbólicos, incluyendo tocados y adornos pectorales de oro, y cetros, y d) la existencia de categorías inusuales de artefactos, por ejemplo, los jarrones de cerámica decorados con pintura de oro provenientes de la tumba 4. El estatus prominente, reflejado en los sepulcros llamativos, plantea la posibilidad de que la sociedad de Varna sea considerada una jefatura, en el sentido conferido al término por Service (1962) y Sahlins (1972).

4. *Sexo de las personas de alto estatus*. Tanto hombres como mujeres fueron inhumados en compañía de ricos ajuares funerarios. Lamentablemente, tres de los cuatro sepulcros más opulentos, los únicos que contienen cetros de oro, son cenotafios, es decir, sepulturas carentes de osamentas. El cuarto es la tumba 43, donde el esqueleto hallado corresponde a un hombre que tenía entre cuarenta y cuarenta y cinco años de edad al ser enterrado. Es posible que el hipotético cargo de "jefe" haya sido desempeñado exclusivamente por varones; empero, no existen evidencias que permitan suponer que ese puesto no estuvo ocupado también por mujeres.

5. *Distinciones simbólicas entre los sexos*. Resulta indispensable la información completa de los hallazgos arqueológicos para establecer satisfactoriamente el género de los jefes putativos. Con base en esos datos, quizá se pueda determinar el sexo probable de los difuntos honrados en los tres cenotafios opulentos. El análisis preliminar sugiere que dos artefactos —el hacha de piedra o cobre y el "ídolo" marmóreo o de hueso— tienen gran importancia simbólica, pues fueron encontrados individualmente, aunque junto con otros objetos en algunas tumbas. Los artefactos en cuestión acompañan los restos tanto de hombres como mujeres, y el ídolo está presente en los sepulcros infantiles. El patrón de aparición de tales objetos requiere un estudio posterior.

El contexto social más amplio

Carece de sentido hablar de una "jefatura" con fundamento en un solo lugar y, en especial, en un solo cementerio, puesto que el interés

revestido por tal concepto reside en su relación con la organización social: la presencia de dicha jefatura presupone un papel organizativo que trasciende el plano doméstico o aldeano. Así, el término en cuestión tiene implicaciones espaciales. Con respecto a Varna, ¿cuál es la significación espacial de los hallazgos? ¿Habremos de toparnos con otros Varna, esto es, con otros cementerios reveladores de grandes disparidades de estatus, en consonancia con la noción de jefatura?

Hasta ahora, nuestra imagen de los Balcanes calcolíticos ha sido la de un mosaico de aldeas en esencia autónomas e independientes; la de sociedades segmentarias cuyos componentes eran celulares y modulares. Desde luego, tales sociedades estaban relacionadas entre sí mediante redes de intercambio y muchos vínculos de parentesco. Las unidades más amplias, reflejadas en la distribución geográfica de estilos cerámicos, a menudo fueron concebidas como tribales por las generaciones precedentes de estudiosos, quienes trataron de establecer la existencia de "pueblos" correspondientes a las culturas de Gumelnitsa, Vinča y Cucuteni. Sin embargo, tales categorías étnicas son en la actualidad mucho menos claras. No disponemos de trabajos recientes que analicen con suficiente detalle evidencias dirigidas a confirmar la presencia de grupos sociales o políticos más allá del plano aldeano. Los medios de la integración, además del parentesco y el intercambio, son aún oscuros, en el caso de que los haya habido. En el sureste de Europa, no contamos con centros ceremoniales de naturaleza evidentemente pública, comparables a los monumentos de Stonehenge en Gran Bretaña, y de Hopewell en los Estados Unidos.

Entonces, ¿cuál fue la organización regional —si es que existió alguna— durante el calcolítico? Ivanov (1978) ha señalado que la diferente escala de los montículos del calcolítico puede indicar cierta jerarquía de colonización; aspecto importante que no se ha examinado con el debido cuidado. Si vamos a considerar a Varna como el asiento de una jefatura, posibilidad inferida de los hallazgos del cementerio, entonces se le puede concebir también como el centro de una jerarquía de organización interpretable en términos espaciales.

Una cuestión específica que puede resultar muy útil en este punto es la concerniente a la fuente de obtención del oro. En relación con el periodo calcolítico, son comunes los descubrimientos ocasionales de objetos de oro; empero, el hallazgo de Chotnitsa es el único que puede considerarse un verdadero tesoro. Se ha especulado acerca de los extensos vínculos comerciales y de los orígenes remotos del material áureo. Con todo, me sorprendería mucho que el oro haya sido adquirido fuera del territorio inmediato de Varna. Su radio de in-

fluencia directa no pudo ser mayor a los 100 kilómetros, lo cual implicaría ya una unidad territorial muy extensa. La distancia comprendida entre el centro y la periferia en un módulo estatal primitivo en pocas ocasiones rebasa los 70 kilómetros (Renfrew, 1975, 19) y las sociedades de jefatura suelen ser de una escala semejante. Difícilmente podría demostrarse que la fuente del oro de Varna haya estado ubicada a más de 50 kilómetros de distancia de Varna.

Lo anterior no significa negar la naturaleza más amplia de las redes de intercambio existentes en ese entonces, fenómeno que se puede ilustrar gráficamente mediante la distribución de la concha marina, proveniente en su mayor parte del Mediterráneo y no del mar Negro (como se ha demostrado en el caso de la *Spondylus gaederopus*). Quizá, la *Spondylus* haya sido trasladada a Varna por vía marítima, a través del Estrecho de los Dardanelos, y es importante señalar que el mayor taller de *Spondylus* conocido hasta la fecha en relación con los Balcanes calcolíticos se encuentra en Hirsova, en la costa del mar Negro. Ahora bien, no deben subestimarse las rutas terrestres de intercambio que operaban desde los asentamientos costeros del Egeo y desde puntos localizados tierra adentro, como Sitagroi.[5]

La metalurgia en Varna: el "crisolítico"

En este punto, habremos de analizar algunos problemas relacionados con la naturaleza de la sociedad calcolítica, a la luz de los descubrimientos de Varna. Sin duda, la metalurgia del cobre se desarrolló en los Balcanes mucho antes que en las costas del Egeo, a pesar de que existen hallazgos en esta última zona que indican, como ya se ha sugerido, que los rudimentos de esta tecnología fueron inventados o adquiridos en la fase final del neolítico. La diferencia esencial reside en que, en los Balcanes, los productos metalúrgicos estaban integrados mucho más estrechamente a contextos de uso social, dentro de la cultura material. Ello provocó una demanda o necesidad y ésta dio lugar, a su vez, a un incremento de la producción y a un avance técnico ininterrumpido.

La etapa en cuestión está espléndidamente ejemplificada por los objetos encontrados en Varna, correspondientes tanto al crisolítico ("edad de piedra-oro") como al calcolítico ("edad de piedra-cobre"). El oro se utilizaba sobre todo con fines de ostentación. De hecho, los ornamentos de cobre son *menos* comunes en Varna que en los cementerios del cuprolítico ubicados más al norte y al oeste, debido a que fueron desplazados por los fabricados en oro.[6]

La comparación entre la cantidad de objetos de oro y la cantidad de objetos de cobre hallados en Varna I, señala que el cobre dejó de desempeñar un papel meramente decorativo, que fuera característico del periodo precedente (Varna II), para pasar a desempeñar uno útil o productivo. Las principales clases de artefactos de cobre descubiertos en Varna I son las siguientes: alfileres; punteros planos; punteros angostos o cuñas; punteros largos y angostos y, en ocasiones, con el extremo curvo; así como toda una gama de hachas con orificio para enastarlas, desde el tipo más o menos cuadrado hasta aquél demasiado alargado. Sin embargo, resulta particularmente interesante la persistencia de una gama semejante de hachas de piedra, pues esto permite captar la evolución ocurrida en la etapa de transición de la edad de piedra al cuprolítico. Las hachas de piedra fueron encontradas en algunos de los sepulcros más pobres (por ejemplo, en la tumba 7); empero, un hacha de piedra elegante y esbelta, cubierta con hoja de oro, fue montada en el cetro que forma parte del suntuoso ajuar de la tumba 4, en cuyo contexto desempeñó sin duda un papel ceremonial. En la tumba 1, el papel equivalente fue desempeñado por un hacha de cobre.

Así, podemos advertir la sustitución de la piedra con el cobre, el cual parece haber desempeñado inicialmente un papel ceremonial o de prestigio. Todo ello nos conduce a la hipótesis de que, en un primer momento, el material fue apreciado como medio para la ostentación y que sólo después, en un segundo momento, sus cualidades genuinamente novedosas y productivamente útiles predominaron en el uso conferido al metal.

VALOR Y MERCANCÍA EN UNA PERSPECTIVA AMPLIA

Wessex y la edad del bronce en las costas del Egeo

La necrópolis de Varna plantea asuntos interesantes que merecen una investigación ulterior. Alude al tópico, vinculado también con gran claridad al inicio de la edad del bronce en el Egeo y el norte de Europa, de la relación existente entre el uso de los objetos de metal con fines de ostentación y el desarrollo del rango personal dentro de estas sociedades. El reconocimiento arqueológico del rango personal dentro de una sociedad prehistórica depende en parte del descubrimiento de artefactos asociados al individuo, los cuales suelen formar parte de los ajuares funerarios. En algunos casos los mismos artefac-

tos son los que sugieren un primitivo rango social, documentado simultáneamente por el empleo primitivo de los metales. Por tanto, la asociación no es coincidente y existe el riesgo de caer en una argumentación circular; sin embargo, ésta puede superarse mediante un análisis cuidadoso.

Uno de los aspectos más interesantes de la necrópolis de Varna es su localización dentro de un contexto que antes se había considerado como más o menos igualitario, es decir, una zona de la que se carecía de evidencias concernientes a disparidades acentuadas en materia de posesiones personales, no sólo con base en los ajuares funerarios encontrados en los cementerios conocidos hasta ese entonces, sino también con base en los hallazgos provenientes de emplazamientos domésticos. Desde luego, aquí corremos de nueva cuenta el riesgo de la circularidad, pues si no disponemos de indicadores arqueológicos sobresalientes, tales como los objetos de metal, es difícil fundamentar el planteamiento referido a la existencia de tales disparidades. Sin embargo, nuestra conclusión no depende exclusivamente de la presencia de los artefactos de metal. Otros materiales ocupan también un lugar importante en los ajuares funerarios y expresan formas significativas, como los cetros, que resultan reconocibles aunque estén fabricadas en, por ejemplo, piedra.

Así, en Varna encontramos sorprendentes indicios de la existencia de un alto estatus personal, casi simultánea al desarrollo dentro del marco social de mercancías atractivas mediante las cuales podía manifestarse ese alto estatus. Con todo, también habría sido factible expresar el alto estatus, aunque menos eficazmente, a través de la inclusión de cantidades muy grandes de objetos de alto valor que ya estaban en circulación (como los brazaletes de concha), sin necesidad de recurrir a los nuevos productos de metal. Además, quizá el oro haya sido un material disponible desde una etapa previa, pero que simplemente comenzó a explotarse durante el periodo de Varna. (Sin duda, esta hipótesis depende del supuesto origen local del oro, tal como se propuso más arriba.)

Una conexión similar, entre las mercancías nuevas y el nuevo tipo de prestigio asociado a la posesión personal de objetos atractivos, se refleja en la cultura de Wessex, perteneciente a la etapa inicial de la edad del bronce en Gran Bretaña, así como en el periodo previo de Beaker. Sin embargo, en este caso la conexión en cuestión se acompaña de otro rasgo muy interesante y sugestivo: la aparición generalizada de sepulturas para la inhumación individual, a menudo situadas bajo un montículo prominente. A pesar de que existieron en Gran Bretaña diversas prácticas funerarias a lo largo del neolítico,

periodo precedente al que nos ocupa, muchos entierros eran colectivos e implicaban la colocación de los restos (a menudo posterior al proceso de descarnadura, esto es, el consistente en quitar la carne a los huesos) en un sepulcro común, en ocasiones de una dimensión monumental. No se han descubierto cementerios con tumbas individuales, en contraste con lo hallado en el centro de Europa, donde existen numerosos cementerios de la cultura de Linearbandkeramik, así como de fases subsiguientes.

En el caso británico se trazó hace algunos años una distinción entre las sociedades más antiguas, que acostumbraban la sepultura colectiva, carente de ajuares funerarios notables, y estas sociedades posteriores en las que se han descubierto objetos que acompañan a los difuntos favorecidos. En un extremo se hallan las sociedades donde la riqueza personal o la posesión de artículos valiosos no está del todo documentada, pero donde la solidaridad de la unidad social se expresaba mediante las actividades comunales o grupales. En el otro, se encuentran las sociedades donde la disparidad acentuada en posesiones personales y en otros indicadores materiales parece apoyar la existencia de un rango sobresaliente de prestigio, y respecto de las cuales no se dispone de evidencias sobre la ocurrencia de actividades colectivas (Renfrew, 1974, 74).

Estas ideas han sido desarrolladas por S.J. Shennan (1982), Thorpe y Richards (1982), y Braithwaite (1984). Shennan (1982, 157) recurre al trabajo de Gilman (1976), centrado en el sureste de España, donde se argumenta que el surgimiento de jerarquías necesita ser sancionado a través de ideologías correspondientes, y que el rito del entierro colectivo no se adecuaba a tales ideologías. En su lugar emergió ahí una nueva ideología, según la cual la jerarquía quedaba legitimizada por el consumo individual de artículos de prestigio. Shennan acepta esta perspectiva; empero, sugiere que el acrecentamiento de la diferenciación social en la Gran Bretaña tuvo lugar en un periodo previo, durante el neolítico, y que los cambios verificados al inicio de la edad del bronce deben ser vistos como una puesta al día de los ritos conservadores, basada en las modificaciones sociales que ya habían ocurrido: "La naturaleza monumental de las tumbas pertenecientes al neolítico tardío, así como otros portentos megalíticos de la Gran Bretaña, sugieren que nos hallamos frente a una sociedad diferenciada jerárquicamente, que es anterior a la fase temprana de la edad del bronce y que, durante dicha fase, experimenta un cambio en la forma de la expresión ritual, a saber, se traslada de la monumentalidad colectiva al consumo individual de bienes" (1982, 157). Aquí importa lo siguiente: "...los ritos involucrados por esta nueva ideología no se

basaron en el trabajo colectivo de la comunidad, sino en el consumo funerario de artículos y símbolos de prestigio, obtenidos por medio del contacto con miembros de élites de otras partes y/o mediante las actividades desempeñadas por artesanos especialistas." Esta tendencia hacia la expresión del prestigio masculino en el terreno de las inhumaciones puede rastrearse en el periodo Beaker, pero en ese entonces sólo es posible confirmarla en el contexto de un grado muy limitado de diferenciación jerárquica. Y Shennan subraya del mismo modo en que otros lo han destacado en relación con la propuesta de Childe, que durante ese periodo precedente "...es difícil no vincular el incremento en la diferenciación social al desarrollo de la industria del cobre y del bronce, así como a las oportunidades ofrecidas por la metalurgia para la producción y el control de un excedente" (Shennan, 1982, 159).

Braithwaite ha analizado este asunto de acuerdo con el contexto más amplio del discurso ritual y de las ideologías en conflicto, concluyendo que "...se dio un desplazamiento gradual desde la base genealógica del sistema precedente de prestigio hasta un sistema donde los símbolos materiales, tales como los artefactos de metal, eran utilizados más directamente para expresar el estatus e incrementar el prestigio" (Braithwaite, 1984, 106).

Este caso plantea muchas analogías con la situación prevaleciente en las costas del Egeo prehistórico. Hacia el año 3300 a. de C., en las islas Cícladas, surge la práctica inhumatoria en cementerios, compuestos más bien de pequeños sepulcros familiares que de tumbas individuales. Al mismo tiempo, los ajuares funerarios reflejan disparidades crecientes en materia de riqueza y prestigio. Un proceso similar se desarrolla en Creta (cuyas sepulturas redondas continúan siendo colectivas, pero incluyen opulentos ajuares funerarios), el cual culmina con la formación de la sociedad minoica de los palacios hacia el año 2100 a. de C.

Las consecuencias de cada uno de los tres casos considerados fueron muy diferentes. En Varna, el periodo de las inhumaciones suntuosas fue seguido, y quizá haya sido en parte contemporáneo, del desarrollo total de la edad del cobre, durante la cual eran comunes las hachas y azuelas de este metal, así como otras herramientas. Sin embargo, esta etapa fue de corta duración; al cabo de la misma, se verificó el derrumbe de esa floreciente sociedad de la antigua Europa y el comienzo de su declinación, caracterizada por una reducida producción de metales, y por la inexistencia de los indicios de organización jerárquica vislumbrados en Varna y de la sofisticación ritual inferida de algunos de los emplazamientos domésticos pertenecientes al periodo de Varna.

En las costas del Egeo la etapa inicial de la edad del bronce, durante la cual surgieron los entierros individuales y las diferencias de rango, fue seguida por las civilizaciones micénica y minoica de los palacios. Sin embargo, debe advertirse que fue sólo en la fase final de la edad del bronce cuando se generalizaron las herramientas fabricadas con ese metal, tal como muestran los hallazgos correspondientes al periodo micénico. Al comienzo de la edad del bronce, a pesar del descubrimiento de algunas herramientas, este material se empleaba básicamente en la hechura de objetos de alto prestigio, en particular en la confección de armas.

Del mismo modo, a lo largo de la etapa final de la edad del bronce en Gran Bretaña, los artefactos de metal dejaron de incluirse en la misma proporción en los ajuares funerarios y desaparecieron las tumbas individuales acompañadas de objetos suntuosos. Este fenómeno no resulta de difícil comprensión si se tiene en cuenta el enfoque ofrecido por Shennan y Braithwaite, según el cual las tumbas opulentas del inicio de la edad del bronce establecían o validaban, mediante la práctica ritual, una jerarquía basada en parte en principios nuevos de adquisición. Hay evidencias de que, en la fase tardía de la edad del bronce, la tenencia de la tierra se volvió una cuestión de creciente importancia, y los artefactos de metal se destinaron a depósitos domésticos o rituales, pero ya no a los sepulcros. Esto corresponde al periodo de florecimiento de la industria broncista de la edad del bronce europea desarrollada, que contó con extensas redes comerciales, tal como lo ha señalado Sherratt (1976). Durante ese tiempo, en el norte de Europa, el bronce dejó de ser una novedad y una mercancía prestigiosa en sí misma.

Existen muchas diferencias entre la trayectoria social seguida por cada una de las tres áreas examinadas. Este fenómeno es explicable si se tienen en cuenta sobre todo las desemejanzas en las fuentes de obtención del metal, y en los sistemas de intercambio según los cuales se distribuía éste y los objetos metálicos. Sin embargo, también hay muchas similitudes. En mi opinión, existen semejanzas estructurales entre el uso de los bienes de prestigio incluidos en las tumbas individuales del inicio de la edad del bronce en el Egeo y la utilización de dichos artefactos al comienzo de la edad del bronce en Gran Bretaña, verificada ésta un milenio después de aquélla. Los hallazgos de Varna son muy diferentes; aún no está del todo claro cuán típica era la necrópolis de Varna en comparación con los cementerios de la época localizados en el sureste europeo. Con todo, esto plantea, y quizá contribuya a solucionar, algunos problemas analíticos.

En los tres casos observamos el uso muy antiguo de los metales, lo cual tuvo lugar dentro de contextos que aludían de modo simultáneo al surgimiento del rango personal, reflejado en lo que pudieron haber sido objetos poseídos individualmente e inhumados junto con su dueño. El cobre y el oro ofrecieron un vehículo de expresión del rango y, por tanto, un nuevo canal de comunicación. En realidad esos metales no sólo reflejaban el grado prevaleciente de jerarquía social, pues ésta pudo haber existido con independencia de ellos. Más bien, la propiedad y ostentación de los valiosos bienes metálicos quizá hayan representado la parte esencial de la prominencia social de su dueño y contribuido en gran parte al prestigio de éste. Es permisible entonces, convenir que tales materiales desempeñaron un papel activo, y no uno pasivo o de mero reflejo, en la formación misma de la estructura social.

Aspectos de valor y prestigio: La perspectiva de Marx

Debido a la gran influencia ejercida sobre los antropólogos por el análisis de Marx en torno al valor y las mercancías, y por las útiles categorías marxianas en la materia, es interesante relacionar el planteamiento teórico de este autor con los casos que acabamos de examinar. En 1867 Marx redefinió provechosamente la distinción entre *valor de uso*, "la utilidad de una cosa" (Marx, 1875, 44), y *valor de cambio*, la "proporción en que se intercambian valores de uso de una clase por valores de uso de otra clase" (*ibid*., 45). Luego, destacó que lo que las mercancías tienen en común es que son productos del trabajo: "En cuanto valores, todas las mercancías son, únicamente, determinada medida de tiempo de trabajo solidificado" (*ibid*., 49). En resumen, puede ser conveniente concebir este asunto en términos del *valor del trabajo*.

Esas nociones fueron empleadas lúcidamente por Marx en su examen de las economías capitalistas, pero forman parte de lo que podría denominarse un análisis formalista. Resultan menos satisfactorias cuando se aplican a las clases de objetos que Dalton (1977) ha descrito como "bienes valiosos primitivos". Se trata de artefactos especialmente apreciados y que tienen una importancia simbólica, tales como los *vaygu'a*, los objetos valiosos intercambiados en el sistema kula de las islas Trobriand. Tales bienes son diferentes de los *gimwali*, los artefactos cotidianos que circulan en el plano inferior o subordinado del intercambio mercantil. Según Dalton, aquí resulta

factible la identificación de esferas desemejantes de intercambio, donde no es válido trocar objetos valiosos por artefactos ordinarios. Este tipo de bienes valiosos, como los brazaletes de concha (o, en el caso de la Gran Bretaña neolítica, las hachas de jade, artículos hermosos pero inservibles para las funciones productivas), cuestionan la formulación marxiana de que "ninguna cosa puede ser valor, si no es un objeto para el uso" (Marx, 1975, 49-50). Sin embargo, cabe señalar que quizá Marx no pretendía aplicar su teoría del valor-trabajo a las situaciones precapitalistas.[7]

En este punto, es menester centrarse en el célebre apartado intitulado "El carácter fetichista de la mercancía y su secreto", donde Marx alude, con justicia, al "carácter místico de las mercancías": "A primera vista, una mercancía parece ser una cosa trivial, de comprensión inmediata. Su análisis demuestra que es un objeto endemoniado, rico en sutilezas metafísicas y reticencias teológicas" (Marx, 1975, 87). Vale la pena citar un pasaje del todo sugerente, aunque conduzca a una conclusión en apariencia inadecuada para los casos aquí considerados:

> ...la forma de mercancía y la relación de valor entre los productos del trabajo en que dicha forma se representa, no tienen absolutamente nada que ver con la naturaleza física de los mismos ni con las relaciones, propias de cosas, que se derivan de tal naturaleza. Lo que aquí adopta, para los hombres, la forma fantasmagórica de una relación entre cosas, es sólo la relación social determinada existente entre aquellos. De ahí que para hallar una analogía pertinente, debamos buscar amparo en las neblinosas comarcas del mundo religioso. En éste, los productos de la mente humana parecen figuras autónomas, dotadas de vida propia, en relación unas con otras y con los hombres. Otro tanto ocurre en el mundo de las mercancías con los productos de la mano humana. A esto llamo el fetichismo que se adhiere a los productos del trabajo no bien se los produce como mercancías, y que es inseparable de la producción mercantil. (*Ibid.*, 88-89.)

El fetichismo de las mercancías se origina, tal como acaba de afirmarse, en el carácter social peculiar del trabajo que las produce. En el caso de los bienes valiosos primitivos, o de los materiales valiosos de nuestra época, como el oro, este fetichismo es fácil de reconocer. Sin embargo, las cosas se dificultan en relación con el valor del trabajo.[8]

El provechoso análisis de Marx establece numerosas distinciones legítimas. Sin embargo, desde el punto de vista de las sociedades precapitalistas, llama la atención que relacione el término de "fetichismo" con "los productos del trabajo", y no con los valores de prestigio, cuya base es mucho menos racional y cuya validez funcional

resulta menor. En muchas sociedades el término en cuestión suele asignarse a los objetos y a las mercancías que tienen un valor de uso insignificante, en el sentido utilitario o productivo, y que a veces son resultado de un gasto mínimo de trabajo. Quizá valga la pena recapitular la reflexión, tomando el planteamiento marxiano como punto de partida.

En general, el valor es una propiedad que se atribuye al objeto; el modo en que se lleva a cabo dicha atribución se origina en determinado contexto social y es, en cierto grado —a menudo significativo—, arbitrario. El valor no es nunca una propiedad inherente al objeto o al material, en el sentido en que sí lo son los atributos físicos y mensurables tales como la dureza, la densidad, el índice de refracción, etcétera. El valor no puede medirse fuera del contexto social. Cuando nos referimos al valor en tanto cualidad inherente al objeto o la mercancía, estamos creando una metáfora o enmascarando una realidad. En consecuencia, Marx tuvo razón al hablar del "fetichismo mercantil", aunque el trabajo no es la única consideración fundamental aquí involucrada.

El valor es algo asignado por un individuo o un grupo. La causa de tal asignación puede residir en el potencial de utilidad de la mercancía (valor de uso) o en el trabajo implicado en la producción de ésta (valor del trabajo). (El valor de cambio es un tipo distinto de categoría: constituye una medida, un parámetro del valor, expresado siempre como la proporción entre *dos* materiales. A diferencia de los anteriores, no es una cualidad primaria.)

Con frecuencia empleamos el término de "valor sentimental" para aludir a la estimación que determinada persona confiere a un objeto, cuya alta valoración no es ampliamente compartida. En general, esta clase de valor depende de la historia particular del objeto con respecto a la persona en cuestión: puede tratarse del broche de la abuela o de la fotografía de un amigo entrañable. La historia específica de un objeto individual, que carece de un interés particular en cuanto a la materia prima de que está hecho o a su propia confección, puede otorgarle también un valor extensamente aceptado: por ejemplo, un memento de Isabel I o de George Washington, o la Piedra de Scone.* Lo mismo es aplicable a los objetos merecedores de veneración religiosa, ya se trate de supuestas reliquias o de imágenes reverenciadas, a pesar de que los materiales con que estén fabricados no sean valiosos (el fetichismo, en el sentido original). Esto se deriva por una parte de la historia específica del objeto y, por la otra, de su valor de uso implicado, pues se puede creer que la imagen posee poderes activos.

*Piedra sobre la cual hasta 1926 fueron coronados los reyes escoceses. (N. de la t.)

Hasta el momento hemos considerado dos aspectos, el valor de uso y el valor del trabajo, que se apoyan en una base funcional. El valor de cambio aparece como mera medida o proporción. El valor histórico o asociativo (incluyendo el valor sentimental) depende exclusivamente de la historia o la vinculación del objeto específico de que se trate.

Ahora, si retomamos los bienes de prestigio, advertimos que suelen tener un valor de otro tipo. Desde luego, algunos objetos prestigiosos poseen un estatus único: "Esta es la espada que el Príncipe X utilizó para vencer a un centenar de enemigos." Sin embargo, la mayor parte de los bienes de prestigio disponen además de un valor que, dentro de un contexto cultural determinado, es considerado intrínseco. De acuerdo con Arjun Appadurai, quizá sea provechosa la introducción del término "valor primario", en relación con los materiales concebidos en el marco de una cultura dada como poseedores de un valor intrínseco. Esto permite evitar la utilización de la palabra intrínseco, lo cual resulta del todo adecuado pues, como hemos visto, ningún material contiene un valor intrínseco universal. Así, el valor primario se convierte en el equivalente del valor intrínseco atribuido. Hemos destacado que los artefactos de oro ocupan un lugar particularmente privilegiado en las tumbas de Varna. A pesar de que cada objeto pudo tener un estatus especial a lo largo de su historia asociativa, el hecho de que haya sido fabricado con oro parece, supuesto basado en el patrón establecido, ser relevante. Este fenómeno no sorprende si reflexionamos sobre nuestras propias preconcepciones con respecto al oro. No obstante, tales bienes áureos no poseían ningún valor de uso especial, en el sentido utilitario, ni eran producto de una gran inversión de trabajo en su confección. Estas observaciones también son válidas para los casos del ámbar contenido en los sepulcros de Wessex y el de la concha marina en muchos contextos.

En realidad es muy fácil elaborar una lista de las mercancías poseedoras de un valor primario en muchos contextos culturales (aunque no en la totalidad de ellos), y que tienden a circular en la esfera del intercambio. Entre ellas se debe incluir el oro y la plata; el cristal, el jade y toda una serie de piedras traslúcidas, y los objetos de concha marina. Asimismo, deben figurar las pieles y diversas telas; pero como éstas forman parte de los productos manufacturados, su alto valor se vincula con frecuencia a la gran cantidad de trabajo invertido en su fabricación, tal como lo sugirió Marx.

Una vez enlistados estos bienes valiosos, podemos continuar con la búsqueda de algunos principios generales. En otras palabras, po-

demos formular la pregunta siguiente: ¿qué propiedades genuinamente intrínsecas a estos materiales provocan que en muchas sociedades se les considere como poseedores de un alto valor primario? En general tales objetos y materiales son sobresalientes: operan sobre los sentidos de un modo agradable y atractivo. Asimismo, son raros; sólo en circunstancias especiales (a menudo de naturaleza ritual), los artefactos comunes pueden tener un valor alto. Muchos de ellos comparten la cualidad de la durabilidad; sin embargo, otros son consumibles, tales como los perfumes y los vinos. En el plano de los objetos primitivos valiosos existe de hecho un antagonismo entre los que están destinados al consumo conspicuo (cuyo uso implica necesariamente su consumo), como el incienso y la mirra, y los que tienen atributos perdurables o incluso eternos, como el oro y el jade.

Los bienes contenedores de este valor primario son los que predominan en los hallazgos de la necrópolis de Varna y en los otros dos casos examinados. Entre los ajuares funerarios encontramos pocos objetos útiles, tales como ollas o herramientas de piedra; en cambio, la mayor parte de ellos están fabricados de concha marina, metal o piedras finas. Son contados los objetos de aparente valor simbólico que no están hechos de los materiales en apariencia considerados en esa época poseedores de un valor primario. En Varna, las figurillas o ídolos de hueso son los artefactos más prominentes, y de claro valor simbólico, confeccionados con un material sin valor primario.

Todo lo anterior conduce más allá de las categorías establecidas por Marx, y sugiere que muchas sociedades han asignado a ciertas mercancías un valor primario, el cual es concebido como un valor inherente o intrínseco. Podemos concluir entonces que el valor primario es una construcción simbólica y, al igual que todo valor simbólico, es un rasgo atribuido en cierto grado de modo arbitrario.[9]

Mercancía, valor y sociedades jerarquizadas

Halstead y O'Shea (1982) han examinado transacciones en las cuales se intercambian alimentos por artículos de valor más durable, desde el punto de vista de la "acumulación social". Enfatizan con toda razón que tales bienes valiosos representan un vehículo adecuado para el desarrollo de una desigualdad institucionalizada. Halstead (1981, 177) se ha opuesto al enfoque de que los artefactos valiosos no pueden ser intercambiados por comida, mientras que Gamble (1981) señaló recientemente la necesidad de considerar el sistema de producción,

en especial el agrícola, con tanto cuidado como la distribución y circulación de los bienes.

Todos estos autores, como Woodburn (1982), introducen al análisis la dimensión del tiempo, que puede resultar fundamental para comprender el prestigio expresado y alcanzado mediante la propiedad de objetos contenedores de un alto valor primario. Muchos de estos bienes, como ya se apuntó, son durables, e incluso notablemente durables: el oro, al igual que los diamantes, es eterno.

El estudio del intercambio de obsequios siempre ha prestado gran atención al prestigio logrado por el individuo que ofrece un regalo espléndido. Este gesto es en sí mismo un acto transitorio, pero establece la obligación de que se le responda en el futuro con una reciprocidad de dimensiones semejantes. Sin embargo, el carácter adquisitivo de las tres sociedades que hemos examinado sugiere más bien que el énfasis se ha desplazado hacia la propiedad de bienes prestigiosos, así como al consumo sobresaliente de éstos a través de distintas formas, incluyendo la inhumación. La posesión, que conlleva la asociación directa con la tenencia personal, es un estado y no una acción. La propiedad de artículos opulentos implica algo más que la mera capacidad de intercambiar algunos de ellos en retribución por los bienes y servicios recibidos. En virtud del prestigio que confiere, la posesión ofrece el acceso a las redes sociales y otros recursos, de los cuales están excluidos los que carecen de prestigio. En ambos sentidos, la tenencia de objetos suntuosos que reflejan y otorgan prestigio puede considerarse como riqueza, y no como la obligación de actuar con generosidad.

Aquí surgen los interrogantes siguientes: ¿en qué momento y cómo se modificó el valor atribuido a las mercancías de prestigio, tales como las hachas de jade o los ornamentos de oro? ¿Cómo se desarrolló la naturaleza ceremonial de los objetos primitivos valiosos de las sociedades simples e igualitarias, hacia el papel más activo de los artículos prestigiosos de las sociedades adquisitivas pertenecientes al inicio de la era del bronce en Wessex y las costas del Egeo? Es decir, ¿en qué punto desempeñaron un papel importante la propiedad y la ostentación de los artefactos hechos de materiales deseables, como el cobre y el oro, en el logro y el mantenimiento del alto estatus de personas de elevado rango social? No existe ninguna duda de que en épocas precedentes las hachas de jade eran apreciadas por su material constitutivo. Sin embargo, con el advenimiento de la metalurgia el material mismo —primero el cobre, luego el bronce y, al final, el hierro— comenzó a emplearse de distintas maneras, algunas de ellas muy productivas, y fue adquiriendo paulatinamente un papel más

relevante desde el punto de vista económico. Muy pronto este material se volvió una mercancía, valorada por sí misma y por los usos que se le podían otorgar, pero ya no por la forma expresada mediante el artefacto específico. Así, hallamos lingotes a finales de la edad del bronce en el Mediterráneo y a todo lo largo de la edad del bronce en el centro de Europa. Ello indica que el metal era estimado como materia prima y que ya no se intercambiaba básicamente como un objeto valioso que reflejaba y confería prestigio. Durante este periodo puede hablarse de la existencia de un comercio del metal apoyado en una producción minera bien organizada. El proceso de mercantilización se había completado.

En este punto debe considerarse el modo en que tal riqueza se puede acumular ulteriormente. ¿Diez artículos son diez veces más valiosos que uno solo? ¿Un centenar de artefactos valen diez veces más que diez objetos? Esta cuestión obvia parece importante, pues se trata del grado en el cual los bienes fungibles son susceptibles de adición en términos de valor. El asunto ha sido examinado provechosamente por Kopytoff, en el capítulo II del presente libro. La capacidad de adición es uno de los atributos que diferencian a las mercancías de las cosas "singulares". En el caso de la sociedad igualitaria podemos advertir que una persona adquiere prestigio mediante el ofrecimiento o la posesión de un hacha muy especial. Sin embargo, el lenguaje del prestigio puede depreciarse, en lugar de intensificarse, si dicha persona recibe o posee diez hachas idénticas. En la sociedad adquisitiva del mundo moderno esa restricción no parece tener validez: la riqueza es acumulativa, y los bienes se valoran con base en su potencial de intercambiabilidad y en sus afectos acumulativos en materia de prestigio a través de la ostentación (véase Douglas, 1967, 126).

Desde luego, lo que se trata de clarificar es el factor especial que distingue el papel del valor y la mercancía en las sociedades simples e indiferenciadas que hemos analizado, del papel desempeñado por el valor y la mercancía en las sociedades complejas y jerarquizadas. Como se apuntó en el caso de Varna, tales cuestiones sociales tienen a veces prioridad sobre las tecnológicas, aun cuando el avance técnico sea el tema considerado.

En ocasiones el proceso está compuesto de dos etapas. En la primera, advertida en los tres casos examinados, el alto prestigio se refleja inmediatamente, y quizá forma parte de la propiedad, la ostentación y el consumo de objetos de elevado valor primario.

La segunda, observable en la etapa final de la edad del bronce en Europa, se acompaña de la producción de cantidades mayores de

bienes útiles y el desuso o, al menos, la declinación de los artefactos "primitivos" valiosos. Durante esta fase las tumbas opulentas son menos comunes y aparecen los artículos producidos en masa. La falta relativa de objetos prestigiosos notables (salvo en unos cuantos casos) puede provocar la impresión de que se trata de una sociedad más pobre o poseedora de una estructura jerárquica menos prominente. Sin embargo, tales deducciones son erróneas. Por ejemplo, en la Gran Bretaña de finales de la edad del bronce hay otros indicios de la existencia de una sociedad jerárquica muy organizada, incluyendo el surgimiento de fortalezas y extensos sistemas de límites territoriales, que suelen interpretarse como un reflejo del mayor énfasis otorgado a la tenencia y control de la tierra. Rathje (1975, 415) ha apuntado que la producción en masa no significa empobrecimiento. En efecto, Henry Ford acumuló más riqueza que sus competidores, quienes fabricaban vehículos de mayor prestigio.

Puede afirmarse que en la etapa final de la edad del bronce, las mercancías eran intercambiadas libremente a través de la campiña; en este periodo las líneas divisorias entre las esferas del intercambio no eran ya tan prominentes. Esta situación implicaba cierto grado de producción especializada y, quizá, la existencia de unidades bien definidas de intercambio. Se estima que tales unidades eran representadas por objetos específicos (por ejemplo, las barras o lingotes de aceptación general en Gran Bretaña a finales de la edad del hierro) y que, por tanto, los objetos en cuestión pueden denominarse dinero. Como se mencionó, esto es válido hasta cierto punto para la fase posterior al inicio de la edad del bronce en el noroeste de Europa y la fase posterior al final de la edad del bronce en las costas del Egeo.

Resulta interesante advertir la relación existente entre tres variables de gran importancia: un sistema en desarrollo de producción e intercambio; la circulación de bienes de valor primario (especialmente en las etapas tempranas), y el surgimiento de un rango social prominente.

La deducción obvia consiste en que las tres variables se pueden desarrollar conjuntamente y sin ninguna demora a través de una especie de efecto multiplicador, según el cual las tres se intensifican de modo mutuo. En cada caso, la clave reside en el logro de cierto avance técnico lo suficientemente importante para mantener el atractivo de los nuevos productos. La ausencia de artículos adecuados al desarrollo de este proceso puede explicar por qué no se verificó una evolución hacia sociedades del todo complejas en algunas áreas del mundo (por ejemplo, en la del Pacífico). Desde esta perspectiva, resultaba indispensable contar con una mercancía muy peculiar: una

que fuera accesible a la sociedad en cuestión; pero no demasiado accesible, pues debía funcionar también como material de expresión de valor primario. Idealmente, debía tratarse de una mercancía cuya naturaleza admitiera el cambio tecnológico gradual, en virtud de que las técnicas manufactureras de un año no suministraban mercancías tan útiles o de tanta calidad como las producidas al año siguiente. Desde luego, este enfoque es aplicable a muchas de las sociedades complejas del Viejo Mundo, donde la tecnología en desarrollo, particularmente la de los metales, desempeñaba un papel fundamental. Tal aproximación podría explicar la causa por la que el proceso de cambio ocurrido en otras áreas pocas veces condujo a un crecimiento sostenido semejante; al respecto, vale la pena mencionar el caso del complejo Hopewell de América del Norte.

Al destacar el papel beneficioso del potencial para el crecimiento tecnológico y al excluir, por tanto, a algunas áreas del mundo carentes de dicho potencial, no se plantea un argumento determinista, ni siquiera uno estrictamente funcionalista. Se debe considerar que la posibilidad de fabricar nuevas mercancías, dentro del marco de la intensificación de la producción, no es una condición suficiente para el proceso de cambio examinado, y quizá tampoco sea una condición necesaria. Además, se ha insistido en la importancia del concepto de valor primario para establecer este proceso y mantener su ímpetu. Como ya se ha sostenido, la atribución de un alto prestigio o un valor intrínseco a mercancías que encierran poco valor de uso y en ocasiones una cantidad insignificante de trabajo es, en gran medida, una acción arbitraria y no funcional. Sin embargo, en las sociedades analizadas en el presente capítulo, la práctica de asignar un valor primario se halla en apariencia en la base del ulterior crecimiento económico.

NOTAS

Quiero agradecer los valiosos comentarios planteados por Arjun Appadurai y Robert C. Hunt, así como por otros miembros del simposio, respecto del primer borrador del presente ensayo.

[1]En el concepto de "valor de cambio", por ejemplo, el valor es un término descriptivo que especifica lo que se ha observado ocurre en ciertas transacciones de intercambio. Quiero agregar que la distinción entre "émico" y "ético", aunque resulta útil en ciertos aspectos, no debe predominar en la investigación. Estoy plenamente de acuerdo con el enfoque de Binford, el cual se reduce a sostener que lo importante es lo que sucede y no lo que la gente cree que está sucediendo. Con todo, esta segunda cuestión influye sin duda en la primera. En muchas áreas de nuestra disciplina empleamos

conceptos teóricos, y ningún principio apriorístico nos impide hacerlo en el campo de la cognición. Sin embargo, el peligro involucrado consiste en efectuar razonamientos circulares, del tipo de los que suelen circundar el uso de conceptos tales como adaptación y contradicción.

[2]En realidad, en años recientes se examinó la cuestión de si los objetos funerarios que acompañan al difunto pueden implicar necesariamente una vinculación a las actividades desarrolladas en vida por el sujeto. Sin embargo, no se ha analizado el asunto más interesante: el modo en que la vinculación a objetos materiales especiales puede indicar un alto estatus. Si es posible crear un marco adecuado para el estudio (tarea donde se podrían retomar las contribuciones en la materia de Winters, 1968; S. Shennan, 1975; y O'Shea, 1978, entre otras), entonces se contará con buenos prospectos para conocer mejor la conducta social de las sociedades primitivas.

[3]Esto es cierto en el caso del uso prolongado del cobre en las costas del Egeo, durante el neolítico superior, donde ejerció un mínimo impacto, así como de su utilización en los Balcanes a lo largo del periodo Vinča-Turdas, respecto del cual no son raros los hallazgos de pequeños objetos, pero cuyo desarrollo explosivo se verificó mucho después, es decir, en la fase Vinča-Plocnik.

[4]El curioso astrágalo de oro de la tumba 36, que pesa 33 gramos, parece la pieza áurea más pesada del cementerio, a pesar de que sólo mide 2 centímetros de largo. En mi opinión, el examen metalográfico mostrará que se trata de una pepita de oro moldeada a martillazos y no por medio de la fundición.

[5]Debemos mencionar también los objetos de mármol encontrados en Varna. Entre éstos no sólo destacan los cuencos sencillos (por ejemplo, los de la tumba 36), aparecidos en otros hallazgos de los Balcanes calcolíticos, sino también la vasija puntiaguda de la tumba 41, que tiene cierto parecido con un recipiente descubierto en el cementerio de Kefala, localizado en las islas Cícladas. Con fundamento en ello, algunos estudiosos plantean la posibilidad de que hayan existido contactos entre los Balcanes calcolíticos y la edad del bronce en el Egeo. En la actualidad la cuestión cronológica está ampliamente confirmada; la única dificultad parece residir en la supuesta presencia de cerámica del heládico antiguo II en el emplazamiento tesaliense de Pevkakia, asociada a la alfarería pintada de rojo y negro ("galepsos") de la última fase del neolítico o edad calcolítica. En Sitagroi, la cerámica pintada fue una característica común del heládico antiguo III, y el material encontrado en Pevkakia es muy similar. En mi opinión, lo que se debe poner en tela de juicio es el estatus o, más bien, el contexto estratigráfico de la alfarería del heládico antiguo II en Pevkakia.

[6]Sin embargo, cabe llamar la atención sobre el brazalete de cobre proveniente de la tumba 3 de Varna II (necrópolis que data de un periodo anterior al del cementerio principal), así como las agujas de cobre de las tumbas 3, 5, 6, 11, 15, 17, 26, etcétera, también de Varna II. En realidad, los análisis muestran que la aguja de cobre desempeñó un papel comparable al del hacha del mismo material, esto es, se trataba de artefactos comunes y útiles. Fuera de este caso, los hallazgos de pequeños objetos decorativos de cobre son raros: sólo se cuenta con un brazalete y un anillo de la tumba 51, tres anillos de la tumba 60 y, quizá, algunos otros de tumbas cuyos descubrimientos aún no han sido dados a conocer.

[7]Sin duda, lo que habría que cuestionar es la noción de "utilidad". Puede argumentarse que el "provecho" de tales objetos valiosos es despertar admiración, indicar prestigio y funcionar como artículos especiales dentro del intercambio ceremonial y de renombre. Con todo, semejante utilidad es difícil de medir o cuantificar.

[8]Marx no desarrolla la distinción entre valor del trabajo y valor de cambio. Sin duda, el precio del oro no sólo está determinado por "el tiempo de trabajo requerido para su producción" (Marx, 1975, 112), sino también por lo que las personas están dispuestas a pagar por él; en circunstancias favorables pueden hallarse pepitas de oro en la superficie de la tierra, lo cual vuelve insignificante el trabajo necesario para obtenerlas.

Aquí lo que interesa es precisamente el motivo por el cual el oro, y no cualquier otro material, debe considerarse una mercancía poseedora de un valor especialmente alto. Y Marx no estaba preocupado en particular por este asunto.

[9]Debe destacarse que la mayor parte de las sociedades operan con tales nociones. Sin duda, entre los grupos de cazadores-recolectores de Australia y las comunidades segmentarias de Nueva Guinea, las hachas de piedra valoradas como artículos de prestigio eran vendidas en lugares muy distantes del sitio donde se obtenía el material pétreo, práctica semejante a la de la Gran Bretaña neolítica (Clark, 1965). Tal intercambio de materias exóticas parece ser un rasgo casi universal de la existencia humana (Mauss, 1954). Numerosos autores, incluyendo a Rappaport (1967, 106), y Wright y Zeder (1977), han sugerido que estos intercambios ceremoniales de objetos prestigiosos desempeñan una función material o utilitaria. Al mantener vivas las asociaciones basadas en el intercambio de obsequios, así como las relaciones de largo alcance incluso en épocas durante las que es poco evidente el propósito perseguido por el intercambio, las sociedades preservan la oportunidad de recurrir en tiempos de escasez a las obligaciones de benevolencia y reciprocidad, expresadas en la transmisión de bienes útiles (incluyendo artículos comestibles). Esta clase de plan temporal eficaz constituye una idea importante; Woodburn (1982) ha mostrado la relevancia del concepto de restitución inmediata, en contraste con el de devolución retardada, en las sociedades que desarrollan los medios y los enfoques característicos de las comunidades agricultoras. Los bienes de prestigio de alto valor primario se convierten en una especie de mecanismo bancario, destinado a resolver el problema de la escasez de alimentos; aunque debe señalarse que en tiempos normales los productos comestibles no suelen concebirse como objetos adecuados para su intercambio por bienes primitivos valiosos, los cuales circulan en una esfera diferente de transmisión.

REFERENCIAS

Adams, R.M.
1974, "Anthropological Perspectives on Ancient Trade", en *Current Anthropology*, 15, 239-258.

Binford, L.R.
1969, "Comment", en *Current Anthropology*, 10, 162-163.

Braithwaite, M.
1984, "Ritual and Prestige in the Prehistory of Wessex, c. 2200-1400 B.C.", en D. Miller y C. Tilly, comps., *Ideology, Power, and Prehistory*, pp. 93-110, Cambridge, Cambridge University Press.

Clark, J.G.D.
1965, "Traffic in Stone Axe and Adze Blades", en *Economic History Review*, 18, 1-28.

Childe, V.G.
1944, "Archaeological Ages as Technological Stages", en *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 7, 7-24.

Dalton, G.
1977, "Aboriginal Economies in Stateless Societies", en T.K. Earle y J.E. Ericson, comps., *Exchange Systems in Prehistory*, pp. 191-192, Nueva York, Academic Press.
Douglas, M.
1967, Primitive Rationing. En R. Firth, comp., *Themes in Economic Anthropology*, pp. 119-147, Londres, Tavistock.
Frankestein, S. y M.J. Rowlands
1978, "The Internal Structure and Regional Context of Early Iron Age Society in South-Western Germany", en *Bulletin of the Institute of Archaeology*, 15, 73-112.
Gamble, C.
1981, "Social Control and the Economy", en A. Sheridan y G. Bailey comps., *Economic Archaeology*, serie internacional BAR. núm. 96, pp. 215-230, Oxford, British Archaeological Reports.
Gilman, A.
1976, "The Development of Social Stratification in Bronze Age Europe", en *Current Anthropology*, 22, 1-8.
Hägerstrand, T.
1967, *Innovation Diffusion as a Spatial Process*, Chicago, University of Chicago Press.
Halstead, P.
1981, "From Determinism to Uncertainty: Social Storage and the Rise of the Minoan Palaces", en A. Sheridan y G. Bailey, comps., *Economic Anthropology*, serie internacional BAR. núm. 96, pp. 187-214, Oxford, British Archaeological Reports.
Hasltead, P. y J. O'Shea
1982, "A Friend in Need is a Friend Indeed: Social Storage an the Origins of Social Ranking", en C. Renfrew y S. Shennan, comps., *Ranking, Resource and Exchange*, pp. 92-99, Cambridge, Cambridge University Press.
Harris, M.
1968, *The Rise of Anthropological Theory*, Londres, Routledge.
Hodder, I.
1982*a*, "Theoretical Archaeology: A Reactionary View", en I. Hodder comp., *Symbolic and Structural Archaeology*, pp. 1-15, Cambridge, Cambridge University Press.
1982*b*, *The Present Past*, Londres, Batsford.
Ivanov, I.S.
1975, "Raskopki na Varnenskija eneoliten nekropol prez 1972 g.", *Izvestija na Narodnija Muzeji Varna* (Boletín del Museo Nacional de Varna), 11, 1-16.

1978, *Sukrovishtata na Varnenskiya Chalkoliten Nekropol* (Tesoros de la necrópolis calcolítica de Varna), Sofía, "Septiembre". (Texto en búlgaro con traducción al ruso, inglés y alemán.)
1982, "The Varna Chalcolithic Necropolis", en *The First Civilization in Europe and the Oldest Gold in the World-Varna, Bulgaria*, pp. 21-121 (catálogo de la exposición, Museo de Arte Isetan de Tokio), Tokio, Nippon Television Network Cultural Society.

Marx, K.
1975, *El capital. Crítica de la economía política. Libro primero: el proceso de producción del capital*, México, Siglo XXI Editores. (Versión original, 1867.)

Mauss, M.
1954, *The Gift*, Londres, Cohen and West.

O'Shea, J.
1981, "Coping with Scarcity: Exhange and Social Storage", en A. Sheridan y G. Bailey, comps., *Economic Archaeology*, serie internacional BAR. núm. 96, pp. 167-186, Oxford, British Archaeological Reports.

Polanyi, K.
1957, "The Economy as Instituted Process", en K. Polanyi, A.M. Arensberg y H.W. Pearson, comps., *Trade and Market in the Early Empires*, pp. 243-269, Nueva York, Free Press.

Rappaport, R.
1967, *Pigs for the Ancestors*, New Haven, Conn., Yale University Press.

Rathje, W.L.
1975, "The Last Tango in Mayapan: A Tentative Trajectory of Production-Distribution Systems", en J.A. Sabloff y C.C. Lamberg-Karlovsky, comps., *Ancient Civilization and Trade*, pp. 409-448, Albuquerque, University of New Mexico Press.

Renfrew, C.
1972, *The Emergence of Civilization: The Cyclades and the Aegean in the Third Millennium B.C*, Londres, Methuen.
1975, "Trade as Action at a Distance", en J.A. Sabloff y C.C. Lamberg-Karlovsky, comps., *Ancient Civilization and Trade*, pp. 3-60, Albuquerque, University of New Mexico Press.
1978*a*, "Varna and the Social Contex of Early Metallurgy", en *Antiquity*, 52, 199-203.
1978*b*, "The Anatomy of Innovation", en D. Green, C. Haselgrove y M. Spriggs, comps., *Social Organisation and Settlement*, pp. 89-117. Oxford, British Archaeological Reports.

Shalins, M.
1972, *Stone Age Economics*, Chicago, Aldine.
Service, E.R.
1962, *Primitive Social Organization*, Nueva York, Random House.
Shennan, S.E.
1975, "The Social Organisation at Branc", en *Antiquity*, 49, 279-288.
Shennan, S.J.
1982, "Ideology, Change and the European Early Bronze Age", en I. Hodder, comp., *Symbolic and Structural Archaeology*, pp. 155-161, Cambridge, Cambridge University Press.
Sherratt, A.
1976, "Resources, Technology and Trade in Early European Metallurgy", en G. Sieveking, I.H. Longworth y K.E. Wilson, comps., *Problems in Economic and Social Archaeology*, pp. 557-582, Londres, Duckworth.
1981, "Plough and Pastoralism: Aspects of the Secondary Products Revolution", en I. Hodder, G. Isaac y N. Hammond, comps., *Patern of the Past: Studies in Honour of David Clarke*, pp. 261-305. Cambridge, Cambridge University Press.
Thorpe, N. y C. Richards
1982, "The Decline of Ritual Authority and the Introduction of Beakers into Britain", documento presentado ante la IV Reunión del Grupo del Arqueología Teórica, Durham, Inglaterra, diciembre de 1982.
Veblen, T.
1899, *The Theory of the Leisure Class*, Nueva York, Macmillan.
Wertime, T.
1964, "Man's First Encounters with Metallurgy", en *Science*, 146, 1257.
Winters, H.D.
1968, "Values Systems and Trade Cycles of the Late Archaic in the Midwest", en L.R. y S.R. Binford, comps., *New Perspectives in Archaeology*, pp. 175-222, Chicago, Aldine.
Woodburn, J.
1982, "Egalitarian Societies", en *Man*, 17, 431-451.
Wright, H. y M. Zeder
1977, "The Simulation of a Linear Exchange System under Equilibrium Conditions", en T.K. Earle y J.E. Ericson, comps., *Exchange Systems in Prehistory*, pp. 233-254, Nueva York, Academic Press.

VI. MERCANCÍAS SAGRADAS: LA CIRCULACIÓN DE LAS RELIQUIAS MEDIEVALES

PATRICK GEARY

El análisis de las reliquias sagradas en tanto mercancías medievales puede parecer una tentativa por llevar al extremo la definición misma de los objetos mercantiles, a saber, "bienes destinados a la circulación y el intercambio". ¿Es razonable describir el cuerpo humano o partes de éste como cosas *destinadas* a la circulación? ¿Se puede comparar la producción y circulación de los restos mortales de los santos con las del oro en la Europa prehistórica, de las prendas de vestir en la Francia prerrevolucionaria o del qat en el noreste de África? Desde luego, las diferencias son significativas. Con todo, a pesar de que las reliquias fueron concebidas casi universalmente como fuentes importantes del poder personal sobrenatural y de que constituyeron el foco principal de la devoción religiosa europea entre los siglos VIII y XII, estuvieron sujetas a la compraventa, al robo y a la división, del mismo modo que las demás mercancías existentes en ese entonces. En consecuencia, el mundo de las reliquias representa un microcosmos ideal, aunque un poco inusual, para examinar la creación, valoración y circulación mercantiles en la Europa tradicional. Al igual que los esclavos, las reliquias pertenecen a la categoría —rara en la sociedad occidental— de objetos que son simultáneamente personas y cosas (Kopytoff, capítulo II). La reflexión sobre la producción, el intercambio, la venta e, incluso, el robo de las reliquias nos permite comprender los parámetros culturales del flujo mercantil en la civilización medieval.

El término "civilización medieval" es muy impreciso, pues oscurece, en lugar de definir, una amplia variedad de tradiciones culturales y sociales que aparecieron en Europa a lo largo de todo un milenio. El periodo específico que analizaremos abarca las eras carolingia y poscarolingia, aproximadamente del año 750 al 1150, y la región donde nos centraremos es el Occidente latino, con énfasis en las áreas que integraron el imperio fundado por Carlomagno.

El análisis de las reliquias en tanto mercancías requiere del estudio de dos conjuntos de actividades culturales. En primer lugar, debemos considerar el modo en que se producían y circulaban las mercancías en general dentro del marco social en cuestión, así como la importancia relativa y el valor asignado a los diversos modos de transferencia: la venta, el intercambio, el obsequio y el robo. En segundo, debemos tener en cuenta la forma en que las reliquias se adecuaban a la cultura de transacción, esto es, el contexto cultural en que circulaban.

LAS MERCANCÍAS EN LA SOCIEDAD MEDIEVAL

Hace un siglo los medievalistas concebían a la sociedad característica de la Europa feudal como una organización basada en una "economía natural", donde el trueque y los pagos en especie constituían los medios normales del intercambio. De acuerdo con este enfoque, Europa occidental sólo comenzó a desarrollar una economía monetaria con base en el crecimiento de las ciudades, el incremento de la comunidad de larga distancia y la expansión —primero en Italia y después en el norte de Europa— del comercio, fenómenos atribuidos generalmente a las Cruzadas, las cuales se iniciaron en 1095. Esta perspectiva del comercio medieval obedece más a las ideologías colonialistas del siglo XIX, que a las evidencias disponibles sobre la economía y el comercio prevalecientes en la Edad Media; hacia fines del siglo pasado, los historiadores hallaron pruebas sólidas de que la moneda, la acuñación y el comercio desempeñaron un papel importante en Occidente entre los siglos VIII y XI.

En ningún punto de la Edad Media la economía europea fue en términos estrictos una "economía natural", donde el trueque y la autosuficiencia caracterizaran la producción, el intercambio y el consumo de mercancías. Tampoco se trató de una "economía campesina" en el sentido clásico del concepto. Al parecer los campesinos no utilizan capital, sino dinero efectivo; asimismo, la ganancia y la acumulación de capital en una escala siempre creciente no suelen

formar parte de las estrategias campesinas. Respecto de Occidente, incluso hacia el siglo IX, no es fácil aplicar esta noción. Durante más de tres décadas, los estudiosos han examinado el papel desempeñado por los Estados monásticos en la compleja economía de la Europa carolingia. Más recientemente, J.P. Devroey analizó la intrincada red a través de la cual circulaban los excedentes alimenticios (sobre todo, cereales y vinos) generados por tales Estados, en el marco de un floreciente comercio local y regional (Devroey, 1984). A pesar de que este investigador no se ocupa directamente del asunto referido a la medida precisa en que esta distribución se efectuaba mediante el trueque, en tanto procedimiento opuesto a la compraventa, las fuentes por él retomadas indican con gran claridad la importancia de los mercados tanto regionales como internacionales (Devroey, 1984, 581-584).

La transformación del imperio carolingio, ocurrida en el siglo X, tampoco provocó la creación o el retorno a la economía campesina "clásica". Un ejemplo de la complejidad de la sociedad campesina medieval ha sido presentado por Paul Bonnassie, quien centra la atención en Cataluña, una región particularmente bien documentada en materia de familias campesinas (Bonnassie, 1967). Este autor refiere la historia de un tal Llorenç (fallecido antes del año 987), así como la de los hijos y nietos de este individuo. Lorenç era un sujeto próspero: poseía varias casas, un feudo franco, ganado, equipo militar, y una reserva de cereales y vinos producidos en sus campos. Bonnassie lo describe como un miembro típico de la élite campesina, esto es, como un hombre "emprendedor, libre y capaz de autodefenderse en caso necesario" (Bonnassie, 1967, 104). Al cabo de un cuarto de siglo, el más osado de los hijos de Llorenç, Vivas, había participado en cuarenta y cinco transacciones de tierras, más de seis por año. Tan pronto como adquiría predios, los revendía. Asimismo, sometía otros tipos de propiedad a un proceso constante de compraventa: cosechas, caballos, mulas y armaduras. Hacia la primera mitad del siglo XI, Vivas y sus descendientes habían mejorado considerablemente su posición social. Su mundo incluía un mercado del todo vigoroso y abundantes monedas como medio de pago. Estos campesinos experimentaban un claro ascenso social y económico; utilizaban las mercancías producidas por medio de operaciones agrícolas cada vez más especializadas, como la base de capital necesaria para apoyar su movimiento ascendente. Bonnassie considera que esta familia no era "ni muy típica ni muy excepcional", y atribuye su ascenso a la desintegración, ya palpable en el siglo X, de las antiguas relaciones sociales medievales, a las cuales caracteriza como "cordiales en general, rela-

tivamente indiferenciadas en materia de estatus y de tipo patriarcal" (Bonnassie, 1967, 116). Sin duda Barcelona es un lugar único, pero también lo es cada emplazamiento. Las fuerzas que estaban en juego en esta región aparecieron en Francia y Alemania hacia el siglo XII, y no difieren tanto en cuanto a su naturaleza como en lo que toca a su frecuencia. Además, los campesinos catalanes pueden distinguirse de los labradores de otras latitudes europeas en relación con el éxito logrado en la consecución de sus metas, pero no respecto de las metas en sí mismas.

Las evidencias de la participación campesina en los mercados, y de lo que podría describirse anacrónicamente como estrategias capitalistas, siguen una dirección paralela a las pruebas relacionadas con la existencia de un comercio de gran alcance. En cédulas y preceptos legales de la época abundan las menciones de multas pagaderas en dinero efectivo; además, los arqueólogos han descubierto tesoros en distintos puntos de Europa compuestos de monedas acuñadas a miles de kilómetros de distancia del sitio del hallazgo. Asimismo, las referencias aisladas a los mercaderes, las expediciones comerciales y las "factorías de eunucos" parecen sugerir que, incluso en las etapas más lúgubres de la edad del oscurantismo, el comercio desempeñó un papel importante en los planos local e internacional. Toda una generación de historiadores comenzó a revisar la imagen del mundo comercial de la Alta Edad Media, y a presentar un panorama integrado por una estructura comercial rudimentaria pero significativa, la cual unía el territorio comprendido entre el Mediterráneo y el Mar del Norte; dicha estructura no se distingue tanto de la de la Baja Edad Media por su volumen o naturaleza, como por su organización (Pirenne, 1937; Dopsch, 1930; Latouche, 1956).

No obstante, aun en medio del entusiasmo por la historia comercial, el principal estudioso británico de la numismática medieval, Philip Grierson, formuló una importante advertencia en el trabajo intitulado "Commerce in the Dark Ages: A Critique of the Evidence" (1959). El investigador señaló que la perspectiva de una economía comercial altamente monetizada es incorrecta y que tal enfoque resulta de confundir tres clases diferentes de evidencias: las relativas a los individuos que se ganan la vida con base en el comercio; las concernientes a la compraventa directa entre productor y consumidor de bienes especializados o de excedentes, y las relacionadas con la distribución de artículos suntuarios y de dinero a través de medios no especificados (Grierson, 1959, 124). Según él, los historiadores suponen con gran frecuencia que la existencia del comercio implica la existencia de comerciantes; empero, la mayor parte de las actividades

de compraventa de productos agrícolas se verificó en apariencia sin la intervención de intermediarios. Del mismo modo, los historiadores tienden a dar por sentado que los bienes lujosos eran distribuidos normalmente por medio del comercio; que la moneda desempeñaba el papel de herramienta básica de aquél, y que el descubrimiento del metal acuñado se convierte en una evidencia *prima facie* del intercambio comercial. En cambio, Grierson sugiere que el comercio no es el medio único, ni siquiera el medio usual, a través del cual las mercancías pasan de unas manos a otras. Las redes de intercambio que enlazaban a los monasterios del siglo IX funcionaban principalmente con base en el trueque y no en la venta (planteamiento que, sin duda, Devroey no objetaría). En lo que toca al ejemplo del catalán Llorenç, Grierson opinaría que es ilustrativo de un periodo posterior y que, en todo caso, representa una situación excepcional en Europa occidental hasta bien entrado el siglo XII. Para Grierson, el obsequio y el robo desempeñaron un papel más importante que el comercio en materia de distribución mercantil durante la Alta Edad Media. En el rubro de obsequios, el numismático incluye todas las transferencias que tuvieron lugar con el consentimiento del donante, cuyos actos no perseguían la obtención de un beneficio material o tangible, sino la conquista del prestigio social. En la categoría de robos agrupa "todas las transferencias unilaterales de propiedades que se efectuaron involuntariamente", abarcando desde los hurtos ordinarios hasta los botines de guerra (Grierson, 1959, 131). Desde luego, los pagos e intercambios, tales como los rescates y las compensaciones, pertenecen a una clasificación intermedia.

Grierson sostiene, al igual que Georges Duby (Duby, 1974, 48-72), que el obsequio y el robo fueron quizá los medios más importantes de transferencia de propiedades entre la élite. Los saqueos, las extorsiones cometidas por pueblos y reinos vecinos, y los rescates exigidos a cambio de la devolución de los prisioneros de guerra constituyeron la principal vía de circulación de los bienes de lujo y el dinero en el mundo medieval. Sin duda, la circulación del oro estaba menos conectada con el comercio que con el pago de tributos, y el metal áureo adquirido mediante tales pagos ingresaba de nuevo a la circulación a través de las conquistas subsecuentes.

El intercambio de propiedades basado en el consentimiento mutuo no era un asunto comercial, sino uno de ofrecimiento y recibimiento de obsequios (Mauss, 1967). Los intercambios rituales de bienes y servicios constituyeron el medio normal de distribución de la riqueza adquirida a través del pillaje o la agricultura. La dinámica del regalo era totalmente diferente de la del comercio,

aunque ambas involucraban el intercambio de bienes materiales. El objetivo del obsequio no era la obtención de mercancías, sino el establecimiento de vínculos entre el dador y el recibidor; dichos lazos debían ser reafirmados mediante el ofrecimiento de un contrarregalo. De acuerdo con Grierson (1959, 137): "El 'beneficio' consistía en que los individuos quedaban endeudados moralmente con el donador."

El robo y el obsequio no sólo fueron las modalidades básicas de la circulación de propiedades en la Alta Edad Media, sino que también disfrutaron de mayor prestigio que el comercio. Entre las personas del mismo rango o de una condición casi similar, las relaciones cordiales eran creadas y confirmadas mediante el intercambio de obsequios. Entre los sujetos o grupos de diferentes estatus, la disparidad del intercambio servía tanto para articular como para definir la dirección y el grado de la subordinación. Asimismo, las relaciones hostiles se caracterizaban por violentas confiscaciones de propiedades y personas, las cuales permanecían bajo el control del enemigo. En tales situaciones estaba involucrada la relación de honor y estatus, y el cambio de la propiedad afirmaba o negaba simbólicamente ese vínculo. El comercio implica la neutralidad, un tipo de lazo que, sin ser del todo desconocido, resultaba el más débil en las tres opciones mencionadas; entre la condición de *amicus* (amigo) y la de *inimicus* (enemigo), quedaba muy poco espacio intermedio. El forastero, alguien no vinculado a la comunidad local mediante un lazo construido y manifestado a través del intercambio de obsequios, era sospechoso y peligroso. Y, a la inversa, ese individuo se hallaba en peligro puesto que, a menos de que pudiera establecer un enlace semejante con alguno de los personajes poderosos de la comunidad, nada garantizaba su seguridad. Desde esta perspectiva no es sorprendente que el acto de comprar generara desconfianza: si la meta perseguida era la obtención personal de un beneficio, entonces dicha transacción aparecía como un trato deshonesto en el caso de llevarla a cabo con los amigos, o como un trato cobarde con los enemigos. Sólo a finales del siglo XII las percepciones culturales de los europeos cambiaron lo suficiente para admitir la idea de un precio justo y el contenido moral de la actividad mercantil (Baldwin, 1959; Little, 1978).

Ahora bien, aunque se reconozca la validez de esta imagen del intercambio en la sociedad medieval en general, es menester considerar también las excepciones. A pesar de que la sociedad de la Alta Edad Media europea era de tipo tradicional, es imposible concebirla como una comunidad simple u homogénea. Los bienes intercambia-

dos no sólo sirvieron para crear vínculos entre el dador y el recibidor, sino que también representaron objetos deseables por sí mismos. Tales artículos podían ser convertidos, y en ocasiones lo fueron, en dinero efectivo o incluso en capital; por tal motivo, asistimos a la coexistencia de dos sistemas: uno de intercambio de mercancías objetivadas y alienables, y otro de intercambio de obsequios subjetivos e inalienables. En lugar de postular un modelo de transición desde una economía basada en los obsequios hasta una economía basada en las mercancías, se deben examinar las circunstancias sociales y políticas específicas que favorecieron la circulación de productos a través de uno u otro medio.

Este análisis general sobre la naturaleza del incipiente comercio medieval, es necesario para comprender la estructura específica dentro de la cual se ubica la producción, la venta, el intercambio, el obsequio y el robo de las reliquias sagradas. La circulación de los artículos de alto prestigio, respecto de los cuales las reliquias representaban sólo una clase (las otras dos eran las lujosas telas importadas y los manuscritos adornados con miniaturas), no ocurría primordialmente en el marco de una estructura comercial. Además, aun en los casos en que la compra se hallaba en el centro de tales intercambios, los hombres del medievo tendían a desconfiar de semejante transacción o a concebirla dentro del contexto de alguna de las dos formas más significativas de circulación de los productos, el robo y el obsequio. No obstante, sí se verificaron actos de compraventa y, en ocasiones, se contó con un verdadero sistema de producción y comercialización, dirigido a la creación y distribución de las mercancías prestigiosas.

La construcción social del valor de las reliquias

Las reliquias (trozos de tela u objetos que pertenecieron a los santos o sirvieron para su martirio, partículas de polvo o de otros materiales recolectados en el emplazamiento de sus tumbas, o incluso porciones de sus cuerpos) no tenían otro valor sino el basado en un conjunto muy específico de creencias compartidas. Carecían de un uso práctico y, una vez extraídas de sus hermosos relicarios, ni siquiera eran decorativas. Las reliquias buscadas con mayor vehemencia durante el medievo, es decir, los cuerpos o partes corporales de los santos, se parecían mucho a los millares de cadáveres y esqueletos enterrados por todas partes. No sólo se trataba de restos omnipresentes y faltos de un valor económico intrínseco, sino tam-

bién de despojos a menudo considerados indeseables: un cadáver era una fuente de contaminación, y la apertura de tumbas o el manejo de restos mortales eran vistos como actos abominables. Esto resultaba del todo cierto, a pesar de que el culto a los santos y la creencia cristiana en la resurrección de los muertos modificaron, hacia el siglo VIII, el estricto tabú de la sociedad romana que consideraba a los difuntos como una fuente de contaminación y prohibía el establecimiento de cementerios dentro de los límites de las ciudades. Por otra parte, cabe señalar también que la preocupación de la Baja Edad Media relacionada con la muerte y la putrefacción aún no producía la imagen macabra que, en el siglo XV, impregnó las reflexiones artísticas y literarias en la materia. Con todo, los despojos solían ser eliminados de modo rápido y definitivo mediante la inhumación (Ariès, 1981, 110-139).

El valor atribuido a los restos mortales especiales que iban a ser venerados como reliquias requería la aceptación comunitaria de tres creencias interrelacionadas: primera, que el individuo había sido durante su vida y sobre todo después de muerto, un amigo especial de Dios, esto es, un santo; segunda, que los despojos del santo debían ser apreciados y tratados con deferencia, y tercera, la más importante para nuestros fines, que el cadáver o los huesos conservados correspondían realmente al santo en cuestión.

El primer aspecto, es decir, la creencia de que cierto individuo gozaba del favor especial de Dios, se basaba en una tradición recuperada por la veneración cristiana y que se había originado en el culto judaico a los mártires, durante el periodo de los Macabeos (Rothkrug, en prensa). Al inicio de la era cristiana se creía que los mártires tenían, con fundamento en su propia pasión y muerte, una relación especial con Cristo, y que la celebración de su *memoria* no sólo implicaba la remembranza del muerto, sino también la petición de que estos difuntos especiales continuaran intercediendo ante Dios por sus amigos del mundo de los vivos.

A partir del siglo IV, la tolerancia y el apoyo otorgados por el imperio romano al cristianismo provocaron el fin de la producción de mártires. Desde entonces, y con muy raras excepciones, sólo los oponentes al cristianismo murieron a causa de la defensa de su fe. Casi todos los santos de las centurias subsecuentes fueron quienes vivieron una vida heroica como amigos de Dios y no los que fallecieron en una muerte heroica. Estos individuos se convirtieron en el objeto de la devoción hasta entonces reservada a los mártires, y los cristianos recurrieron a ellos en busca de auxilio de todas clases: curaciones, protección contra la opresión, ayuda para encontrar ob-

jetos perdidos, asistencia para resolver disputas, etcétera. A cambio de estos favores, los fieles ofrecían venerarlos mediante peregrinaciones, vigilias, rezos y ofrendas —tanto simbólicas (velas y exvotos), como materiales (propiedades y dinero)—.

La determinación de quiénes eran estos amigos de Dios fue hasta el siglo XII un asunto de evaluación espontánea y pragmática, basada en la eficacia de los milagros realizados por el santo y en la fuerza de su culto. A pesar de que los obispos locales y, desde el siglo XII, el papa eran los responsables del reconocimiento de la fiesta de un santo y de su inclusión dentro de las festividades oficiales de la iglesia, el papel de los funcionarios eclesiásticos se reducía a la aceptación de cultos ya establecidos, sin involucrar la creación de éstos. Si un difunto ejecutaba milagros que atraían a seguidores entusiastas, entonces ese individuo se convertía en un santo, hubiese recibido o no un reconocimiento formal. A la inversa, la persona que carecía de adeptos y de un culto, independientemente de cuán santa hubiese sido su vida, no era considerada como una de las amistades especiales de Dios, a través de las cuales el Ser Supremo actuaba en el mundo.

En Occidente, los medios preferidos de Dios para actuar a través de los santos son precisamente los cuerpos de éstos. Los restos mortales de los santos constituyen la *pignora*, esto es, prendas dejadas por ellos para garantizar su interés continuo, aun después de muertos, en la comunidad terrenal. Cuando llegue el fin del mundo el cuerpo del santo se elevará y será glorificado; mientras tanto, lo sigue utilizando para realizar sus acciones. Desde luego, ésa era la teoría manejada por los instruidos miembros de la iglesia. Para la mayoría de las personas la percepción del funcionamiento de las reliquias parece haber sido mucho más inmediata: las reliquias *eran* los santos viviendo aún entre los hombres. Representaban fuentes directas del poder sobrenatural causante del bien y del mal, y el estrecho contacto con ellas o su posesión constituían una forma de participar de ese poder. En el caso de las comunidades lo suficientemente afortunadas para conservar los restos de un santo en su iglesia, los beneficios en materia de ingresos y estatus eran enormes, y la competencia por adquirir reliquias y promover las virtudes del santo local por encima de los santos de comunidades vecinas resultaba del todo intensa.

Así, las reliquias eran objetos muy deseables e, incluso, esenciales, pues se suponía que el altar de cada iglesia debía conservar los restos de algún santo. A pesar de que es imposible cuantificar la demanda de reliquias, es factible identificar dos periodos particu-

larmente notables en la materia. El primero ocurrió entre los años 750 y 850, como resultado de la agresiva expansión carolingia en el norte y el este de Europa (uno de cuyos rasgos fundamentales fue la conversión al cristianismo franco-romano y, en particular, el establecimiento del culto a los santos romanos), así como de la edificación de parroquias rurales a lo largo de todo el imperio. El segundo tuvo lugar en el siglo XI, como consecuencia del aumento de la población en Europa occidental (lo cual creó la necesidad de construir nuevas iglesias), y de la competencia entablada entre los centros de culto por adueñarse de las cada vez más numerosas peregrinaciones.

En general, los supuestos culturales relativos al valor y la utilidad de las reliquias eran ampliamente compartidos. Las voces disidentes, como las de Claudio de Turín y Gilberto de Nogent en los siglos IX y XII respectivamente, constituían raras excepciones. A partir del siglo XII, algunos grupos heterodoxos negaron la eficacia de las reliquias; empero, con frecuencia tales grupos tenían versiones propias de los santos e incluso de las reliquias. No obstante, lo que a menudo se cuestionaba era la identidad específica de los restos atribuidos a los santos. ¿Cómo se podía tener la certeza de que cierto hueso no pertenecía a un pecador? Aun los que no dudaban de la eficacia y el valor de las reliquias en general, abrigaban cierta desconfianza hacia la autenticidad de los despojos venerados.

A fin de que los restos se volviesen valiosos, debían experimentar una transición social y cultural: desde ser percibidos como despojos humanos ordinarios hasta ser venerados como despojos de santos. En consecuencia, podemos aplicar aquí la sugerencia de Kopytoff de examinar la trayectoria o biografía de los objetos: su paso de restos ordinarios a reliquias sagradas y quizá, en un punto posterior, del segundo estatus al primero (Kopytoff, capítulo II).

Sólo en casos extraordinarios la trayectoria de la reliquia experimentaba una veneración ininterrumpida a partir del instante mismo del fallecimiento del santo y a todo lo largo de la Edad Media. Apenas unos cuantos individuos alcanzaron el estatus de santos inmediatamente después de su muerte. Ahora bien, los restos de Simeón Estilita y Francisco de Asís, por ejemplo, fueron buscados afanosamente incluso antes de que se produjera su fallecimiento; siempre estuvo presente el peligro de que asesinaran a los santos o, al menos, de que robaran los despojos una vez acaecida su muerte para apropiarse de las reliquias. Con todo, ya sea que se tratara de santos que habían fallecido mucho tiempo atrás (en el caso de que en verdad hubiesen existido) o de santos que habían vivido en una época más reciente, lo

común era la necesidad de atribuir un conjunto particular de restos a un santo determinado. Esto se efectuaba de acuerdo con criterios extrínsecos o intrínsecos. La primera categoría estaba compuesta por los procesos formales de estudio de la tumba o el relicario, así como de los documentos denominados *authenticae*, contenidos en la sepultura, el relicario o en las descripciones hagiográficas. En general, el obispo local llevaba a cabo este análisis en sesiones solemnes y públicas, a las que asistían los magnates laicos y clericales. Una vez reconocida la autenticidad de las reliquias, se verificaba el rito comunitario de la "elevación", donde se presentaban formalmente las reliquias para que el pueblo las venerara.

A pesar de que la consideración de tales criterios externos era muy común, no constituía el aspecto único o más importante en la labor de reconocimiento de las reliquias. La evidencia fundamental solía provenir de la intervención sobrenatural del propio santo, el cual señalaba el sitio donde se encontraban sus restos mortales. De este modo, durante el proceso de determinación de la autenticidad de las reliquias, el santo demostraba, por medio de una intervención milagrosa, el carácter genuino de las mismas. En consecuencia, el móvil inicial para el examen de una supuesta reliquia se originaba a menudo en una visión: el santo se aparecía a una persona devota y le revelaba el lugar en que se hallaban sus restos. Con frecuencia, esta persona era un miembro respetado de la comunidad religiosa local, alguien que gozaba de deferencia o autoridad por su cargo o su propia santidad. Cuando la visión se le presentaba a un individuo de estatus más humilde, su interpretación solía ser responsabilidad de un sujeto de condición superior (Schreiner, 1966).

La visión conducía a la búsqueda minuciosa de las reliquias, efectuada con frecuencia por todos los miembros de un monasterio o por la comunidad en su conjunto. Una vez halladas, ellas mismas demostraban su autenticidad mediante la realización de milagros. Esta necesidad de que las reliquias confirmaran su eficacia fue reforzada por la costumbre, prevaleciente hacia el siglo IX, de someterlas a la ordalía del fuego para averiguar si eran genuinas.

Tales procesos resultaban esenciales en la creación del valor de las reliquias. El descubrimiento o la invención (*inventio*) y el examen de las reliquias constituían ritos públicos, que daban a conocer la existencia de las mismas y servían para originar o fortalecer su culto. Las ceremonias eran tan importantes que las reliquias reconocidas y veneradas por largo tiempo se "perdían" y "redescubrían" periódicamente. Al respecto, un excelente ejemplo es el de los restos mortales de san Marcos, quien ostenta desde el siglo IX el título de patrón de

Venecia. En el siglo XI, durante una restauración de la Basílica de san Marcos, sus despojos fueron redescubiertos: un orquestado rito revitalizador reforzó el valor y la relevancia del santo en el plano comunitario.

Los cadáveres abandonaban así el estatus de meros despojos humanos y se convertían en reliquias sagradas, con base en un rito público que destacaba tanto la autenticidad de los restos como el poder milagroso ejercido por el santo a través de ellos. Este último aspecto tuvo gran importancia, pues a menudo las distintas comunidades discrepaban, incluso violentamente, respecto de cuál de ellas poseía las reliquias genuinas de determinado santo. La identificación de las reliquias falsas y la determinación de las auténticas se fundamentaba en última instancia en una evidencia pragmática o funcional: si las reliquias funcionaban —esto es, si servían como canales de la intervención sobrenatural—, entonces eran verdaderas. En caso contrario no eran genuinas, independientemente de la fuerza de las pruebas externas. Una vez que las reliquias recibían el debido reconocimiento —es decir, a partir del momento en que se les consideraba auténticas y eficaces—, su relevancia y valor ininterrumpidos dependían de su continua realización de milagros y de su valor relativo en comparación con otras reliquias y fuentes de poder. Los estudios sobre el valor de las reliquias indican la existencia de fluctuaciones considerables en el corto y largo plazos.

En lo que toca al largo plazo, la fluctuación detectable en el territorio europeo es más obvia y fácil de documentar. Hemos visto que a principios de la era cristiana los restos de los mártires eran los que se buscaban con mayor vehemencia. Más adelante, los despojos de los eremitas y los obispos tuvieron una gran demanda. En los siglos VIII y IX, se mostró una mayor devoción por los santos romanos que por los locales (Geary, 1979). Durante el siglo XI los santos apostólicos como Jaime, María Magdalena, Dionisio Areopagita, Lázaro y Marcial, cuyas vidas estuvieron en contacto directo con Occidente, se volvieron los más populares, y eclipsaron a los santos romanos que vivieron y murieron en Italia. A lo largo de las Cruzadas las reliquias bíblicas y del Oriente cristiano, elementos constitutivos de los saqueos verificados en Palestina y Constantinopla, se convirtieron en el centro de la veneración.

Con el paso del tiempo no sólo se modificó la preferencia por ciertas reliquias, sino que también cambió la importancia relativa de éstas en relación con otros tipos de poderes humanos y sobrenaturales. Por ejemplo, durante los periodos dirigidos por un gobierno central relativamente debilitado, a fines del siglo VI y a lo largo del

XI, las reliquias fueron apreciadas no sólo a causa de su poder taumatúrgico, sino también por su capacidad para sustituir a la autoridad pública, proteger a la comunidad, determinar el estatus de individuos e iglesias y propiciar la prosperidad económica. En el siglo XII, cuando comenzaron a desarrollarse nuevos sistemas políticos, sociales, religiosos y económicos, disminuyó la importancia de las reliquias en lo concerniente a la prestación de los servicios mencionados: las iglesias atacadas por los laicos locales acudían al rey, y no a los santos, en búsqueda de protección; por otra parte, el monasterio que era capaz de reorganizar su presupuesto y explotar sus predios agrícolas, dependía menos de los ingresos generados por las peregrinaciones (Geary, 1978). En consecuencia, a pesar de que se continuó considerando a las reliquias como fuentes de poder sobrenatural, particularmente por parte de los peregrinos que viajaban en pos de curaciones milagrosas, se les sustituyó con formas novedosas y más eficaces de poder y autoridad en otros campos de la vida social.

Incluso en el plano local o individual, el valor relativo de los santos experimentó una variación considerable. La fluctuación se relacionaba directamente con el ímpetu mostrado por los clérigos responsables de promover los cultos —su participación en las elevaciones o traslaciones (los procesos litúrgicos donde se reconocían oficialmente los restos de un santo y se trasladaban de un lugar a otro), la edificación de nuevos altares o santuarios, la celebración de las festividades, etcétera—, así como con la periodicidad del entusiasmo popular, de acuerdo con la cual la exaltación producida por un milagro era de pronta extinción. Se requería de un esfuerzo adicional por parte de los miembros de la Iglesia para reiniciar los cultos.

Una de las descripciones más detalladas y reveladoras de este proceso se halla en el trabajo de P.A. Sigal (1969), sobre el culto a san Gibriano en Reims durante el siglo XII. Los habitantes de esa ciudad francesa conocían desde mucho tiempo atrás la historia milagrosa del eremita irlandés, pero apenas lo veneraban. Su verdadero culto se originó con la decisión del abad de la Iglesia de San Remigio, en Reims, quien consideraba que la devoción a san Gibriano podía ser de utilidad para el monasterio recién construido con Chartreux, localizado en la provincia de Champaña. En 1145, el abad comisionó la edificación de un santuario y, el 16 de abril, las reliquias de san Gibriano fueron trasladadas a éste solemnemente, al rito asistió además el arzobispo de Reims. Se elaboró un registro cuidadoso de todos los milagros ocurridos entre el 16 de abril y el 24 de agosto de ese años. De un total de ciento dos milagros, sólo veinte ocurrieron

individualmente. En general, los milagros tenían lugar en grupos de cuatro y en el transcurso de un mismo día: treinta y nueve acontecieron en domingos y días festivos; veinticuatro en lunes, y sólo uno en martes. Además, la frecuencia de los milagros se incrementó gradualmente, con base en la propagación del renombre del santo. El 13 de mayo se llegó al punto culminante, ese día sucedieron diez milagros; después, durante junio, julio y agosto, la cantidad de hechos sobrenaturales disminuyó poco a poco. Lamentablemente el registro se interrumpe en agosto, debido quizá a que la ocurrencia de milagros se había vuelto infrecuente. A lo largo de los dos siglos subsecuentes, escasean las noticias relacionadas con san Gibriano. En 1325, sus restos fueron colocados en un relicario más valioso e impresionante y, de nuevo, el culto a este santo comenzó a atraer peregrinos (*Acta Sanctorum*, VII, p. 651).

La trayectoria seguida por las reliquias de san Gibriano es similar a la de aquéllas pertenecientes a santos más célebres. Por ejemplo, Tomás Becket empezó a realizar milagros en la época de su martirio; empero, éstos cesaron poco tiempo después. Con el paso de los años las reliquias del santo reiniciaron la obra milagrosa, como consecuencia de la edificación de un santuario para su culto (Ward, 1982; este autor no reflexiona sobre la ocurrencia del patrón).

En general, la biografía de una reliquia se inicia con su elevación, y prosigue con su exposición en un altar o santuario valioso y el trabajo de los clérigos responsables de su custodia, el cual está dirigido a estimular la verificación de peregrinaciones en pos de curaciones milagrosas (Geary, 1977). Una vez que tienen lugar tales curaciones, éstas ofrecen un nuevo ímpetu a la devoción, que se extingue gradualmente hasta que el culto recibe un nuevo impulso.

Asimismo, la causa de tales fluctuaciones fue la competencia establecida entre los centros de culto por atraer la devoción de los fieles. No sólo era indispensable la percepción de que determinada reliquia funcionaba eficazmente, sino también que resultaba más atractiva que cualquier otra a la que se pudiera recurrir en busca de ayuda. Un ejemplo de dicha competencia fue el caso de las peregrinaciones dirigidas a venerar a san Sebastián, cuyos restos fueron trasladados de Roma a Soissons en el siglo IX. Se dice que Ostroldo, obispo de Laon, afligido por la falta de peregrinajes hacia su templo, exhortó a los fieles con las palabras siguientes: "He aquí la iglesia de la venerable Madre de Dios. Vengan a ella, y ofrezcan aquí tanto sus promesas solemnes como sus dádivas. No acudan a otros lugares en pos de ayuda externa. A través de la voluntad de la Virgen, el Señor les concederá todo lo que le pidan" (Geary, 1979). La competencia

entre los centros de culto también puede advertirse con gran claridad en la bibliografía devocionaria y propagandística producida por diversos santuarios, y sobre todo en los libros que describen los milagros, muchos de los cuales refieren que determinada curación tuvo lugar sólo después de que el peticionario había acudido a una larga lista de santos y fracasado en su demanda de auxilio. En ocasiones, eran los mismos santos ineficaces quienes instruían al peregrino para que se dirigiera al santo que finalmente realizaba la cura milagrosa.

Esta descripción del proceso mediante el cual se construía el valor de las reliquias puede provocar la impresión de cierto cinismo por parte de los clérigos responsables. Sin embargo, tal percepción es falsa. Los clérigos se contaban entre los peregrinos más fervientes y a menudo eran testigos de los milagros; su deseo de promover el culto a cierto santo no implicaba una postura cínica ante la cuestión general del culto a los santos. Categorías como las de devoción "popular" y "elitista" tienen poco significado en relación con el culto de reliquias. Además, la existencia de cultos puramente populares —tal como la veneración a un perro, prevaleciente en el sureste de Francia entre los siglos XII y XIX, no obstante la condena clerical y oficial— indica el valor conferido por los laicos a los santos (Schmitt, 1979). Al promover la devoción a un santo en particular, el clero sólo pretendía ganar para su propio patrón una porción significativa de la demanda.

Mecanismos de circulación

Hemos examinado las estructuras sociales y culturales dentro de las cuales adquirieron valor ciertos restos mortales privilegiados. Con base en este valor y en la necesidad de que cada iglesia europea tuviera en su poder tales objetos, resultaba indispensable algún tipo de mecanismo de circulación que abasteciera tanto a las iglesias alejadas de los "centros de producción" (Roma, el Cercano Oriente, y los territorios de la Galia y España, los cuales formaron parte a fines de la Antigüedad del Imperio Romano), como a las ubicadas en áreas convertidas recientemente al cristianismo.

La circulación de reliquias compartió las características de la circulación de otras mercancías valiosas en el Occidente latino. El análisis se centrará en tales mecanismos. Con todo, la transferencia de reliquias trascendía los límites del contexto cultural que les confería su valor. Cuando una reliquia era trasladada de una comunidad a otra, mediante el obsequio, la compraventa o el robo, resultaba imposible la trasferencia simultánea o confiable de la función que ésta

desempeñaba en el emplazamiento previo. Debía existir cierta clase de transformación cultural, a fin de que la reliquia pudiese adquirir un estatus y un significado dentro de su nuevo contexto. No bastaba con la mera circulación de la reliquia: era menester también confirmar su validez. Tenía que demostrarse su autenticidad, puesta en duda por el hecho mismo de haber sido transferida. Sin embargo, como hemos señalado, el término "autenticidad" se relacionaba menos con la correspondencia de determinados restos a un santo en particular, que con la eficacia en términos de las necesidades comunitarias. En consecuencia, nuestro análisis tendrá en cuenta los medios a través de los cuales la reliquia trasladada adquiría valor dentro de su nuevo contexto.

Obsequio

Las reliquias circulaban del mismo modo en que lo hacían otros objetos valiosos, es decir, por medio del obsequio, el robo y la compraventa. El medio normal para la adquisición de reliquias era recibirlas como regalo (Michalowski, 1981, 339-416). De acuerdo con Grierson, tal fue el procedimiento adoptado por los miembros de la élite para la obtención de objetos valiosos a lo largo de la Alta Edad Media. Entre otros ejemplos, este autor menciona el de Servato Lupus, quien se dirigió al rey Ethelulf de Wessex solicitándole el plomo necesario para cubrir el techo de su iglesia, a cambio de lo cual se comprometía a rezar por él. La transacción se completó sin la intervención de los mercaderes pues los siervos de Lupus se encargaron de recolectar el metal en la boca de la mina (Grierson, 1959, 129).

El mismo tipo de petición se hallaba en la base de la adquisición de muchas reliquias. Alcuino de York (hacia 730-804), director de la Escuela Palatina de Carlomagno y abad de varios monasterios importantes, estuvo particularmente interesado en la obtención de reliquias, tal como lo indica su correspondencia. Solicitó reliquias en calidad de regalos a los personajes siguientes: Paulino, patriarca de Aquilea; Angilberto, canciller del rey Pipino; Agino, obispo de Constanza, y Angilberto, abad de Centula (*Monumenta Germaniae Historica, Epistolarum*, tomo IV, a Angilberto, núm. 11, p. 37; a Paulino, núm. 28, p. 70; a Agino, núm. 75, pp. 117-118; al abad Angilberto, núm. 97, pp. 141-142; a Volucro y Vera, nobles de Aquilea, núm. 146, pp. 235-236). Tales demandas no diferían de las relacionadas con objetos preciosos, y eran formuladas simultáneamente con peticiones de otros "objetos de belleza eclesiástica" (núm. 97). Al igual que en

el caso de Lupus, estas transacciones solían desarrollarse sin la intervención de mercaderes. El viaje de Angilberto, mensajero de Alcuino, sirvió como pretexto para solicitar al obispo Angino el envío de reliquias a Alcuino (núm. 75). El desplazamiento de Angilberto a Roma brindó a Alcuino la posibilidad de pedirle que consiguiera reliquias en esa ciudad (núm. 97). De nuevo, tal como sucedió con Lupus, el contrarregalo ofrecido fue rezar diariamente por el donante (núm. 75).

Desde luego, el donador más importante de reliquias era el papa, quien tenía a su disposición el vasto tesoro de las catacumbas romanas, las cuales contenían los restos de los primeros mártires. Antes de mediados del siglo VIII, los pontífices se negaron a distribuir tales reliquias y prefirieron repartir las reliquias secundarias o *brandia*, esto es, objetos que estuvieron en contacto con las tumbas de los mártires (McCulloh, 1976). Sin embargo, a partir de mediados del siglo VIII los papas romanos comenzaron a explotar su provisión inagotable de reliquias, a fin de establecer relaciones más estrechas con la cada vez más poderosa iglesia de los francos (Fichtenau, 1952). La distribución de reliquias se convirtió en una evidencia tangible de la importancia pontificial en cada región que recibía semejantes obsequios, ya fuera directamente o a través de divisiones subsecuentes de las reliquias. Además, en tanto regalos, éstas no podían ser alienadas. Seguían perteneciendo al papa y sus custodios permanecían subordinados al pontífice mediante los vínculos creados por esos objetos sagrados.

Otros individuos que poseían reliquias insignes las utilizaban para desarrollar redes similares de patronazgo. Tal fue el caso de los obispos que repartían porciones principales de los cuerpos de santos importantes entre las iglesias de su diócesis e incluso más allá de su jurisdicción. En lugar de diluir la relevancia del santuario principal, estos obsequios incrementaban tanto el prestigio del emplazamiento central de un culto más ampliamente conocido, como el del eclesiástico que era capaz de ejercer su patronato. Al respecto, un ejemplo ilustrativo lo constituyen las reliquias de san Vanne, distribuidas a todo lo largo de la diócesis de Verdún durante el siglo XI (Geary, 1978, 84-85). Tal parcelación de los restos no disminuyó su valor, sino que lo incrementó, en virtud de que no residía en los despojos en tanto objetos alienables, sino en las relaciones creadas por éstos.

Un aspecto evidente y de enorme importancia del intercambio de reliquias basado en el regalo, era el establecimiento de vínculos personales entre el dador y el recibidor, es decir, la creación del "amor fraternal" entre ambos *amici*, tal como lo ha destacado Roman Mi-

chalowski (1981, 404). Donde se carecía de dichos lazos las partes involucradas no eran *amici*, sino más bien *inimici* y, para que tal transferencia de propiedad tuviese lugar, se requería la formación del vínculo amistoso; ahora bien, si alguna de las partes, particularmente la subordinada, no deseaba establecer una relación de dependencia, entonces la transferencia se verificaba mediante mecanismos tales como el robo o la compraventa.

Robo

Los robos de reliquias incluían la amplia gama de transferencias coaccionadas comprendidas por otras formas de hurtos, tal como lo señala Grierson. Entre los siglos IX y XI la modalidad de robo más común fue el hurto aislado de reliquias individuales, o la usurpación de las reliquias conservadas en iglesias del enemigo (Geary, 1978). Con todo, el robo de este tipo de objetos abarcó también la extorsión sistemática de los templos italianos cometida durante la época de los Otones (Dupré-Theseider, 1964), y el saqueo de las reliquias de Constantinopla, en el marco del pillaje realizado en esa ciudad durante la Cuarta Cruzada (Riant, 1875; Constable, 1966; Geary, 1977).

El blanco característico del robo aislado era el monasterio o la iglesia distantes. El clérigo que visitaba esos lugares podía juzgar que los santos cuyas reliquias ahí se conservaban no recibían la debida veneración; en consecuencia, esperaba a que llegara la noche, se introducía al templo, forzaba los relicarios y desaparecía con los restos. Al respecto basta con un ejemplo. En 1058, un monje del monasterio flamenco de Bergues-St.-Winnoc se dirigía a Inglaterra en compañía de algunos mercaderes; empero, el barco a bordo del cual viajaban fue arrastrado por el viento fuera de su ruta y arribó a las costas de Sussex. El monje, Balgero, exploró la zona y descubrió un monasterio donde se veneraban los restos de santa Levina. Impresionado por la historia milagrosa de la santa, la cual le fue referida por los monjes locales, decidió robar las reliquias. Durante la noche se introdujo furtivamente a la iglesia e intentó apoderarse de los restos; sin embargo, su tentativa fue frustrada por la resistencia milagrosa de la santa. Finalmente, después de escuchar los rezos fervorosos del monje, la santa aceptó acompañarlo. Así, Balgero se encaminó hacia el barco llevando consigo las reliquias de la santa (Geary, 1978, 76-78).

Cuando se saqueaban las propiedades del enemigo, como resultado de los ataques efectuados por nobles en contra de emplazamientos

vecinos, las reliquias solían estar incluidas en el botín. Por ejemplo, en 1033 el conde Odo de Champaña saqueó e incendió la ciudad de Commercy, y entre los objetos usurpados se hallaba el brazo de san Pantaleón (Geary, 1978, 83). Asimismo, el conde Arnulfo el Viejo de Flandes (919-964) se apoderó de las reliquias de los santos Valerio y Ricardo, durante el pillaje cometido en las poblaciones de Saint-Valery y Saint-Riquier (Herrmann-Mascard, 1975, 380). Tales apropiaciones de los protectores sagrados del enemigo, dirigidas a beneficiar a la comunidad del vencedor, pertenecen a una tradición que se remonta al hurto de los dioses de las ciudades rivales durante la Antigüedad. No obstante, este botín sagrado podía ser tratado exactamente del mismo modo que los demás objetos saqueados; por ejemplo, el brazo de Pantaleón fue vendido poco después al abad de Saint-Vanne (Verdún) por un marco de plata.

El mayor robo de reliquias de la Edad Media tuvo lugar durante el saqueo de Constantinopla. La apropiación de los restos sagrados fue sistemática y minuciosa, pues se extendió a lo largo de varios meses. Todas las reliquias llegaron a las manos de Garnier de Trainel, obispo de Troyes, quien se encargó de su distribución: tres octavos para los venecianos; tres octavos para el nuevo Emperador de Bizancio, el conde Balduino de Flandes, y los dos octavos restantes para los occidentales. Después de la muerte del obispo de Troyes, Nivelon de Cherizy fue el responsable de repartir las reliquias cuyo destino final estuvo constituido por diversas iglesias de Francia y de la actual Bélgica (Herrmann-Mascard, 1975, 370).

Comercio

El tercer medio a través del cual circularon las reliquias fue la compraventa. El comercio de los restos mortales de los santos se verificó no sólo simultáneamente al funcionamiento de los sistemas basados en el obsequio y el robo, sino también en combinación con éstos. Advertimos la coexistencia por una parte de mercaderes profesionales, negociaciones de precios, esfuerzos relacionados con el control de la calidad y patrones establecidos de transporte y distribución, y por la otra, aspectos presuntamente más arcaicos del regalo, el contrarregalo y el robo.

El comercio regular de reliquias mejor documentado fue el sostenido entre el clero franco y los mercaderes italianos, durante el siglo IX. El comerciante más famoso fue un tal Deusdona, un diácono romano que abasteció a numerosos colegas de Alcuino —entre otros,

a Eginardo y al abad Hilduino de Soissons— de reliquias pertenecientes a los mártires romanos, a lo largo de las décadas de los veinte y los treinta del siglo IX (Geary, 1978, 51-59). Deusdona y sus socios entablaban contacto con los clientes potenciales durante las festividades de santos importantes celebradas en el norte de Europa, donde ofrecían sus servicios para la obtención de reliquias. En el invierno Deusdona y sus socios se encargaban de recolectar las reliquias en alguno de los cementerios romanos, concentrándose cada año en un área distinta de la ciudad. En la primavera su caravana atravesaba los Alpes para entregar las mercancías oportunamente, esto es, durante la celebración de las fiestas. El 2 de junio del año 835, llegaron a Mühlheim y asistieron a la festividad de los santos Marcelino y Pedro El Exorcista, cuyas reliquias estaban siendo veneradas y eran las mismas que Deusdona había vendido a los francos.

Deusdona representa el tipo más organizado e independiente del mercader de reliquias. Otros comerciantes de restos sagrados eran buhoneros itinerantes que conseguían sus mercancías de modo un tanto azaroso y después, previo anuncio a voces, las vendían en diócesis distantes. Otros más obtenían reliquias para venderlas a un patrón en particular; tal fue el caso del inglés Electo, quien operaba a lo largo de la costa normanda y sólo vendía su mercancía al rey Athelstan (Geary, 1978, 60).

La participación oficial y *quasi* oficial de las autoridades centrales, tanto eclesiásticas como reales, en la circulación de las reliquias formaba parte de un cuidadoso programa de control centralizado sobre los artículos sacros. En particular, el control carolingio de la distribución de reliquias constituyó un canal para el acceso orquestado a lo sagrado. A diferencia de los santos vivientes en el Cercano Oriente, del ocasional peregrino celta o del mago local, los santos ya fallecidos podían ser controlados por la jerarquía episcopal. Las iglesias donde se depositaban sus restos solían contar con un clero regular vinculado a tales autoridades; la decisión de trasladarlos dependía del conde y del obispo de la localidad, y los sínodos carolingios limitaban la proliferación de santuarios poseedores de reliquias de santos no reconocidos por la Iglesia (Geary, 1972, 40-50).

Asimismo, destaca la tradición frecuentemente tolerada o incluso fomentada (como en el caso de Athelstan) de robar deliberadamente esos importantes objetos de prestigio, para destruir así la relación inalienable entre el donador del regalo y el donante del contrarregalo, característica de la distribución de reliquias realizada por el papa y los prelados. Los carolingios necesitaban contar con importantes reliquias romanas, a fin de controlar a sus pueblos; empero, el precio

de las reliquias obtenidas mediante el obsequio era la subordinación al papa. El robo o la compraventa de reliquias objetivaban los artículos sacros; los convertían, al menos temporalmente, en mercancías, y posibilitaban que su nuevo dueño no se volviese un deudor de la Iglesia Romana. El mismo proceso puede advertirse en la forma a través de la cual el anglosajón Athelstan conseguía reliquias del continente europeo.

Reconstrucción del valor

Cualquiera que haya sido el mecanismo de circulación, el acto mismo de transferir la reliquia implicaba su extracción de la estructura cultural donde originalmente había adquirido su valor. En consecuencia, la reliquia ingresaba a la nueva comunidad en calidad de objeto no probado y, por tanto, de artículo generador de gran escepticismo. ¿Se trataba realmente de una reliquia eficaz? Si había sido obtenida mediante un obsequio, ¿por qué se desprendió de ella el donante?, ¿acaso no valía la pena conservarla? Si había sido comprada, ¿cómo se podía asegurar que el mercader no hubiese cometido un fraude vendiendo los "huesos de cerdo" del Bulero de G. Chaucer?

Al igual que las alfombras orientales introducidas en Occidente, caso analizado en el capítulo siguiente del presente libro, las reliquias recién adquiridas debían sujetarse a un proceso de negociación social dentro de la nueva comunidad (Spooner, capítulo VII). Así, a fin de apaciguar las sospechas, las reliquias tenían que encarar de nueva cuenta el proceso de autenticación ya descrito. Era menester someterlas a prueba y llevar a cabo esta labor de forma tal que la propia confirmación de su naturaleza genuina acrecentara la fama del artículo sacro. Por consiguiente, las transferencias de reliquias, denominadas "traslaciones", se acompañaban de exactamente los mismos ritos de autenticación, tanto internos como externos, relacionados con los "inventos".

Por otra parte, la descripción de la traslación de las reliquias debía formar parte del mito de la producción: la narración del modo en que ingresaban a la nueva comunidad era un elemento constitutivo de la explicación ofrecida acerca de su identidad y poder. En este contexto, los informes que aludían al arribo de las reliquias a través del robo, y no del obsequio o la compraventa, resultaban particularmente apropiados y satisfactorios. Entre los siglos VIII y XII se desarrolló un subgénero hagiográfico en el que las traslaciones eran presentadas como hurtos. Se partía de la premisa de que

los santos eran apreciados en alto grado y que ninguna comunidad podía desprenderse voluntariamente de los restos sagrados. Por tal motivo, éstos debían ser robados o, más bien, secuestrados. Además, los santos eran demasiado poderosos para permitir que se apoderaran de ellos por la fuerza. El santo incapaz de evitar el saqueo de su comunidad o su propia extracción del relicario no representaba una adquisición deseable. En consecuencia, para alcanzar el éxito en la empresa, el ladrón tenía que convencer al santo de que en la nueva comunidad recibiría una veneración más satisfactoria, y ésta era una promesa que debían cumplir los habitantes de la nueva comunidad.

Un buen número de las traslaciones realizadas involucró a santos previamente desconocidos. Es imposible afirmar si ese fenómeno refleja una pérdida de documentación o la inexistencia de los santos antes del apoderamiento de restos anónimos hallados en los pequeños cementerios de las iglesias desiertas. En uno u otro caso, desde la perspectiva de la comunidad a la cual arribaban las reliquias, la construcción del valor y el modo de circulación compartían los mismos supuestos del contexto productivo: la adquisición de la reliquia era un acto que le confería valor, puesto que valía la pena adquirirla, y la adquisición en sí misma (la cual implicaba con frecuencia sortear todo tipo de obstáculos naturales y sobrenaturales) era la prueba de la autenticidad del objeto sacro. Así, la circulación creaba a la mercancía trasladada; empero, a fin de que sobreviviera en calidad de mercancía, debía satisfacer de modo continuo las altas expectativas generadas por el modo en que fue creada.

Conclusión

Hemos visto el proceso de creación y circulación de un tipo particular de mercancía prestigiosa, la reliquia sagrada, dentro de una sociedad tradicional compleja. A pesar de que la existencia y la eficacia de tales objetos eran aceptadas casi universalmente, cada caso individual planteaba un problema de escepticismo, debido a la presencia ubicua de objetos similares desprovistos de valor (los restos mortales ordinarios), al reconocimiento de los numerosos fraudes cometidos, y a la intensa competencia establecida entre los diferentes centros religiosos, todos los cuales se afanaban en desacreditar mutuamente las reliquias exhibidas. Hemos señalado además que estas mercancías circulaban en el marco más amplio del sistema de intercambio, que involucraba diversos mecanismos, ninguno de los cuales correspon-

día al dominio exclusivo de un solo grupo social, económico o educativo.

En este contexto, los despojos humanos podían experimentar un ciclo vital estrechamente relacionado con la esfera de la producción y circulación: el hueso del mártir donado por el papa en calidad de reliquia se convertía en un artículo sacro si el recibidor también estaba dispuesto a considerarlo como tal. Asimismo, el cadáver robado (o que se suponía robado) era valioso en virtud de que había valido la pena hurtarlo. El reconocimiento solemne, basado en la autenticación ritual que solía incluir la intervención milagrosa del propio santo, garantizaba que el valor conferido por la transferencia fuera genuino. Este valor perduraba durante el periodo en que la comunidad respondía favorablemente, por medio de la admisión de las curas milagrosas y la atribución de las mismas a la acción del santo. Sin embargo, el entusiasmo popular tendía a decaer con el paso del tiempo, y el valor de la reliquia debía renovarse periódicamente a través de la repetición de la transferencia o el descubrimiento, lo cual iniciaba de nueva cuenta el ciclo del culto. Si la reliquia era capaz de producir milagros de un modo ininterrumpido, entonces mantenía su valor como mercancía potencial y podía ser utilizada para obtener, mediante su distribución total o parcial, estatus, prosperidad y reconocimiento de dependencia por parte de los sujetos recibidores del artículo sacro.

Estas conclusiones específicas en torno a las reliquias vistas como mercancías, nos conducen a efectuar reflexiones más generales sobre los problemas teóricos del valor y el intercambio mercantil en la sociedad medieval. En primer lugar, al analizar la demanda integrada por la necesidad, el gusto y la moda, la historia vital de las reliquias sugiere que debemos distinguir con todo cuidado la demanda en las sociedades tradicionales y la demanda en las sociedades industrializadas (o en vías de industrialización). A pesar de que el tráfico de reliquias, al igual que el de textiles, cerámica e iconos religiosos, estaba influido en grado sumo por los valores culturales y los gustos compartidos colectivamente (Schneider, 1978), las necesidades generadas por la economía política del imperio carolingio (y, en una época posterior, por el imperio veneciano) desempeñaron un papel no menos importante.

En segundo, las transformaciones experimentadas por las reliquias, desde despojos humanos hasta mercancías (y, en algunos casos, su retorno a la primera condición), mediante un proceso de transición social y cultural, destaca la relevancia de examinar las biografías de otros tipos de objetos que han sido simultáneamente personas y cosas.

Además de los esclavos, esta categoría incluiría a las imágenes sagradas, las cuales comenzaron a disputar a las reliquias, durante el imperio bizantino y a partir del siglo XIV en Occidente, el monopolio del poder religioso personal; asimismo, la categoría en cuestión tendría que agrupar a otros artículos prestigiosos de gran importancia, tales como las insignias reales o imperiales, el arte y otros bienes vinculados. En ciertas circunstancias, todos ellos son objetos comerciables; en otras, permanecen en la esfera personal o inalienable. Los límites divisorios entre los objetos y los sujetos se configuran culturalmente y son semipermeables.

En tercero, y de similar relevancia que el de los parámetros culturales para la construcción social del valor, el problema de la autenticidad de las reliquias indica que no es indispensable el consenso social en materia de valor, equivalencia o, incluso, identidad de las mercancías específicas. Por el contrario, los objetos de alto prestigio, como las reliquias, desempeñan un papel fundamental en la división comunitaria. Dentro de una sociedad dada, los desacuerdos y conflictos pueden expresarse y aun canalizarse a través de las disputas concernientes a la identidad y el valor de tales bienes (Brown, 1982, 222-250).

A pesar de que el análisis precedente de estas "personas-mercancías" ha aclarado ciertos aspectos de los complejos valores prevalecientes en la sociedad medieval, quedan en el aire algunas preguntas inquietantes y quizá incontestables, sobre las que fue imposible profundizar en el presente ensayo por falta de fundamentos documentales.

Primera, ¿es posible hablar de equivalencias de valor entre las reliquias y otras mercancías o, en su lugar, debemos centrarnos en la cuestión del rango? Gran parte de la bibliografía teórica sugeriría la imposibilidad de equiparar las reliquias con cabezas de ganado, por ejemplo; además, señalaría que en el caso del intercambio basado en el obsequio, el énfasis se halla en la calidad, lo subjetivo y la superioridad, y no en la cantidad, lo objetivo y la equivalencia que caracterizan al intercambio mercantil (Gregory, 1983). Con todo, sabemos que las reliquias funcionaron a la vez como regalos y como mercancías, aunque nunca se les haya podido fijar un precio. Durante la etapa de objetivación de las reliquias, ¿cómo se determinó su equivalencia en términos de valor? ¿Este dejó de tener significado una vez que el artículo sacro volvió a subjetivarse en el nuevo contexto social?

Segunda, relacionada con el valor de los restos de los distintos santos: ¿por qué se apreciaban más determinadas reliquias? En algu-

nos casos —aquellos donde estaba involucrado un santo local o un apóstol célebre—, la respuesta es obvia. Sin embargo, si consideramos las situaciones ordinarias, es imposible determinar, por ejemplo, el motivo por el que los francos buscaron vehementemente los restos de los santos Marcelino y Pedro El Exorcista, o por qué razón tenían mayor interés los despojos de san Maianus o de san Fides que los de algunos otros santos. ¿Estas preferencias eran producto de mejores oportunidades de adquisición o de un proceso de comparación y selección?

Tercera, ¿cuál era la importancia relativa del intercambio de obsequios en contraposición con el robo o la compraventa de reliquias? De nuevo ignoramos la respuesta. En los casos examinados de los eclesiásticos carolingios que robaban reliquias, las compraban y las recibían del papa, advertimos la coexistencia de los tres mecanismos. Hemos sostenido que el medio elegido dependía del tipo de relación que el recibidor deseaba establecer con el dueño anterior de los restos. Quizá sea útil el concepto de distancia de parentesco (en el sentido de los grupos de parentesco artificial prevalecientes en la comunidad cristiana) para determinar los parámetros dentro de los cuales resultaban aceptables el regalo, el robo y la compraventa.

Cuarta, ¿cuál era la aceptación real de estos objetos valiosos por parte de la sociedad laica en las zonas donde eran introducidas las reliquias? Hemos comentado que, durante los siglos VIII y IX, buena parte del flujo de reliquias se orientó hacia las áreas recién cristianizadas del norte de Alemania. Ahí se convirtieron en objetos de cultos oficialmente sancionados. Sin embargo, en un estudio polémico aunque fascinante de los centros de peregrinación alemanes durante la Baja Edad Media, Lionel Rothkrug afirma que los peregrinajes hacia los santuarios eran prácticamente inexistentes en regiones como la de Sajonia, las cuales habían constituido el foco principal de las traslaciones (Rothkrug, 1979; 1980). ¿Acaso tiene viabilidad la hipótesis de que, a pesar de la propaganda oficial que certificaba la popularidad de las reliquias, las poblaciones locales nunca admitieron del todo los sistemas de valores dentro de los que tenían significado dichas reliquias? En virtud de que Rothkrug muestra, en los planos microscópico y macroscópico, una asombrosa coincidencia entre las áreas carentes de peregrinaciones y aquéllas donde tuvo éxito la Reforma, puede argumentarse que las regiones en cuestión nunca aceptaron esa religión hagiocéntrica representada por el catolicismo medieval.

Por último, sería muy útil poder contar con más modelos teóricos y estudios comparativos sobre los procesos examinados. La mayoría

de los antropólogos tienden a examinar sociedades industrializadas, donde la producción y la distribución mercantiles operan en un contexto muy diferente, o bien a analizar sociedades tradicionales que experimentan rápidas transformaciones, debido a la colonización o, por lo menos, a su participación creciente en mercados y sistemas de producción de distinta naturaleza. No existe en realidad ningún modelo que resulte adecuado para el estudio de la Europa medieval. El proceso de cambio social de la época en cuestión fue desordenado y se generó internamente, y no fue guiado hacia una economía colonial, capitalista o industrializada impuesta desde afuera. Es en el marco de esta economía muy diferente donde debe comprenderse la existencia de las reliquias sagradas como mercancías.

Nota

Las recomendaciones y críticas formuladas por los participantes en el Seminario de Etnohistoria de la Universidad de Pensilvania, resultaron de gran utilidad para la redacción final del presente ensayo. En particular, quiero agradecer las valiosas sugerencias de Arjun Appadurai, James Amelang y Bertram Wyatt-Brown.

Referencias

Ariès, Philippe
1981, *The Hour of Our Death*, Nueva York.
Baldwin, John W.
1959, *The Medieval Theories of the Just Price*, Filadelfia.
Bonnassie, Pierre
1967, "A Family of the Barcelona Countryside and Its Economic Activities Araound the Year 1000", en Sylvia L. Thrupp, comp., *Early Medieval Society*, pp. 103-123, Nueva York.
Brown, Peter
1982, "Relics and Social Status in the Age of Gregory of Tours", en *Society and the Holy in Late Antiquity*, pp. 222-250, Berkeley, Calif.
Constable, Giles
1966, "Troyes, Constantinople, and the Relics of St. Helen in the Thirteenth Century", en *Mélanges Offerts à René Crozet*, 2, 1035-1042, París.

Deveroy, J.P.
1984, "Un monastère dans l'economie d'échanges: les services de transport à l'abbaye Saint-Germain-des-Prés au IXe siècle", en *Annales* ESC, 570-589.
Dopsch, Alfons
1930, *Naturalwirtschaft und Geldwirtschaft in die Weltgeschichte*, Viena.
Duby, Georges
1974, *The Early Growth of the European Economy*, Ithaca, N.Y.
Dupré-Theseider, E.
1964, "La 'granda rapina dei corpi santi' dall' Italia al tempo di Ottone", en *Festschrift Percy Ernst Schramm*, 1,420-432, Wiesbaden.
Fichtenau, Heinrich
1952, "Zum Reliquienwesen im früheren Mittelalter", en *Mitteilungen des Instituts für österreichische Geschichtsforschung*, 60, 66-68.
Geary, Patrick.
1977, "Saint Helen of Athyra and the Cathedral of Troyes in the Thirteenth Century", en *The Journal of Medieval and Renaissance Studies*, 7, (1), 149-168.
1978, *Furta Sacra: Thefts of Relics in the Central Middle Ages*, Princeton, N.J.
1979, "The Ninth Century Relic Trade: A Response to Popular Piety?", en James Obelkevich, comp., *Religion and the People: 800-1700*, pp. 8-19, Chapel Hill, Carolina del Norte.
Gregory, Chris A.
1982, *Gifts and Commodities*, Londres.
Grierson, Philip
1959, "Commerce in the Dark Ages: A Gritique of the Evidence", *Transactions of the Royal Historical Society*, serie 6, vol. 9, pp. 123-140.
Hermann-Mascard, Nicole
1975, *Les reliques des saints: Formation coutumière d'un droit*, París.
Kopytoff, Igor
1982, "Slavery", en *Annual Review of Anthropology*, 11, 207-230.
Latouche, Robert
1956, *Les origines de l'économie occidentale*, París.
Little, Lester K.
1978, *Religious Poverty and the Profit Economy in Medieval Europe*, Ithaca, N.Y.

Mauss, Marcel
1967, *The Gift: Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies*, Nueva York.
McCulloh, M.J.
1975, "The Cult of Relics in the Letters and Dialogues of Pope Gregory the Great: A Lexicographical Study", en *Traditio*, 36, 145-184.
Michalowski, Roman
1981, "Le don d'amitié dans la société carolingienne et les translationes sanctorum", en *Hagiographie: cultures et sociétés, IV-XIIe siècles*, pp. 399-416, París.
Pirenne, H.
1937, *Mahomet et Charlemagne*, París.
Riant, Paul Edouard Didier, conde de
1875, "Depouilles religieuses à Constantinople au XIIIe siècle", en *Mémoires de la Société nationale des antiquaires de France*, cuarta serie, vol. 6, pp. 1-214.
Rosweld, Heribert, Juan Bolland, et al.
1643-1875, *Acta Sanctorum*, 61 vols., Amberes-París.
Rothkrug, Lionel
En prensa, "The Cult of Relics in Antiquity", en Charles Long, comp., *World Spirituality: An Encyclopedic History of the Religious Quest. Vol. 1: European Archaic Spirituality.*
1979, "Popular Religion and Holy Shrines: Their Influence on the Origins of the German Reformation and Their Role in German Cultural Development", en J. Obelkevich, comp., *Religion and the People*, Chapel Hill, Carolina del Norte.
1980, "Religious Practices and Collective Perceptions: Hidden Homologies in the Renaissance and Reformation", en *Historical Reflections*, 7, 1.
Schmitt, J.C.
1979, *Le saint lévrier: Guinefort, guérisseur d'enfants depuis le XIIIe siècle*, París.
Schneider, J.
1978, "Peacocks and Penguins: The Political Economy of European Cloth and Colors", en *American Ethnologist*, 5, 413-447.
Schreiner, K.
1966, "Discrimen veri ac falsi' Ansätze und Formen der Kritik in der Heiligen-und Reliquieverehrung des Mittelalters", en *Archiv für Kulturgeschischte*, 48, 1-53.

Sigal, P.A.
1969, "Maladie, pèlerinage et guérison au XIIe siècle: Les miracles de saint Gibrien à Reims", en *Annales ESC*, 24, 1522-1539.
Varios autores
1895, *Monumenta Germaniae Historica; tomo IV: Epistolarum; tomo II, Epistolae Karolini Aevi*, compilado por Ernest Dümmler, Berlín.
Ward, Benedicta
1982, *Miracles and the Medieval Mind: Theory, Record, and Event, 1000-1215*, Filadelfia.

Cuarta parte

REGÍMENES DE PRODUCCIÓN Y SOCIOLOGÍA DE LA DEMANDA

VII. TEJEDORES Y COMERCIANTES: LA AUTENTICIDAD DE UNA ALFOMBRA ORIENTAL

Brian Spooner

Oriente forma parte integral
de la civilización *material*
y la cultura europeas.

Edward Said, *Orientalism*

Alfombras orientales

Desde la Edad Media, las alfombras orientales han sido reconocidas en Occidente como accesorios mobiliarios prestigiosos.[1] De muchas formas representan el epítome del interés occidental en los objetos producidos por otras culturas y, en especial, en los artículos utilitarios de otras latitudes. Los tapetes ingresaron al terreno cultural de Occidente en calidad de cosas extrañas y atractivas, y se convirtieron con el paso del tiempo en mercancías. Sin embargo, su mercantilización no explica adecuadamente el éxito continuo que han logrado en el mercado, ni la atención especial que reciben de los coleccionistas.

¿Por qué resumen las alfombras orientales el interés occidental en el Otro? Y, lo que resulta más significativo, ¿por qué los tapetes orientales continúan generando una demanda creciente, se han vuelto cada vez más asequibles, son vendidos en toda una gama de establecimientos y exhibidos en distintos tipos de hogares? Al parecer persiste la expansión de tales artículos, a pesar de los cambios en su producción y distribución resultado de la disolución política y las aceleradas modificaciones sociales prevalecientes en los países donde son fabricados. Hoy día se compran y venden alfombras orientales en diferentes niveles del mercado, desde las tiendas departamentales que

ofrecen descuentos hasta los negociantes exclusivos que sólo atienden a los clientes con previa cita. Objetivamente los tapetes pueden ser nuevos o antiguos (no de "segunda mano"), grandes o pequeños. Existe una gran variedad en cuanto a su precio, durabilidad, materiales, diseños y colores; pueden estar teñidos con pigmentos naturales o químicos. Pueden comprarse con fines de cubrimiento del suelo, decoración o colección. Las personas que antes sólo los conocían por las reproducciones incluidas en libros o por las piezas exhibidas en los museos, ahora pueden adquirirlos, volverse miembros de las sociedades de tapices o convertirse en coleccionistas. Al igual que otros objetos de consumo conspicuo, las alfombras fueron en un primer momento muebles lujosos utilizados por la élite y, en la actualidad, son artículos accesibles para la clase media. Con todo, no han perdido su atractivo elitista.

¿La alfombra oriental que compramos hoy día es en realidad la misma mercancía que comenzó a ser comercializada a granel durante el siglo pasado —sin hablar de que sea similar a las piezas extraordinarias exhibidas en los museos, tal como el Tapete de la Cacería de Boston (*Boston Museum Bulletin* 1971), o a las documentadas en pinturas medievales, como las inspiradas en la obra de Memling (véase, por ejemplo, "La Virgen y el Niño entronizados", en el Louvre)—? En cualquier evaluación, el criterio de la antigüedad tiende (al menos implícitamente) a ser el principal. Aunque fuera posible fabricar en la actualidad artefactos idénticos, no podrían competir en el mercado con los antiguos por el valor que conferimos a los objetos de otras épocas. Con todo, si bien las alfombras antiguas aún proporcionan las imágenes y los motivos fundamentales para la elaboración de los tapetes vendidos en el mercado y a los coleccionistas, por sí mismos sólo abastecen una cantidad mínima de la demanda. Además, si comparamos lo que se escribía sobre las alfombras a fines del siglo pasado con lo que se afirma en el presente, queda claro que no obstante la relación casi genética (la continuidad del oficio), existe una diferencia entre lo que pensaba el comprador de aquel entonces acerca del artículo adquirido y las ideas en la materia del cliente actual. El cambio puede advertirse en el valor y la oferta de las antigüedades, en la logística de la producción y en el contexto social de consumo. En el sentido estrictamente material (que parece ser el predominante en nuestra conciencia), todavía es posible conseguir una antigüedad; desde el punto de vista técnico y de acuerdo con la definición de la Aduana de Estados Unidos de América, se trata de un objeto fabricado antes de 1880. Empero, la mayoría de las piezas ofrecidas

en las subastas verificadas en salas de exhibición de comerciantes, tiendas y domicilios particulares, e incluso museos, no son antigüedades en el sentido explicitado. ¿Por qué las valoramos de diferente modo?

En este contexto la valoración se relaciona con la demanda. Sin embargo, los factores que de inmediato pensamos para explicar la valoración y la demanda —por ejemplo, ejecución suprema, diseño exótico, esnobismo—, resultan inadecuados, aunque sólo por que también son aplicables a otros tipos de muebles y accesorios que no han generado una demanda tan prolongada y exitosa. ¿Por qué prefieren la personas utilizar alfombras de lana y no de otros materiales para cubrir el suelo? ¿Por qué gustan más los tapetes orientales que los fabricados en otros sitios? Antes de poder ofrecer respuestas tentativas a estas preguntas, surgen otros interrogantes mucho más difíciles de contestar. Por ejemplo, ¿cómo diferenciamos los distintos tipos de alfombras orientales? Ahora bien, las respuestas convencionales a tales preguntas —centradas en los factores materiales del tapete y en el lugar ocupado por la confección de alfombras dentro de la historia del arte popular— no satisfacen nuestra curiosidad.

El comprador potencial debe aprender muchas cosas. Además de ser capaz de reconocer una alfombra oriental, es menester que tenga cierta conciencia de la taxonomía jerárquica de los diversos tipos de tapetes orientales, organizada con base en criterios tales como antigüedad, procedencia, materiales, color, diseño, flexibilidad o docilidad, condición, fineza y uniformidad del tejido. La existencia de este esquema taxonómico es reconocida en diferentes grados por una amplia gama de consumidores, desde los que compran alfombras para cubrir las habitaciones de pared a pared, ubicados en un extremo de la escala social, hasta los coleccionistas más exigentes, situados en el otro extremo. Convertirse en un aficionado significa comenzar a participar en el debate relativo al reconocimiento y la aplicación de los criterios de autenticidad.

El hecho de que tales criterios de clasificación y apreciación sean traducibles sólo de manera imperfecta a los precios de mercado, alerta de inmediato sobre la discontinuidad existente entre los criterios del comercio y los de la peritación. El comerciante recurre a la información relativa a las existencias y los costos. El consumidor promedio se basa en su presupuesto y necesidades sociales. El perito y el coleccionista ~~echan~~ mano de la exhibiciones, públicas y privadas, y de la bibliografía en la materia. Cada uno de estos actores sostiene una postura diferente en relación con los precios y los

valores, a los que conciben de distinta forma. Las diversas alfombras significan diferentes cosas para las distintas personas.

Ahí donde hay tanto por aprender, debe haber información disponible y tan accesible como los propios tapetes. Superficialmente sí existe. Abundan los manuales sobre las alfombras. Los expositores compiten entre sí en la elaboración de catálogos suntuosos. Los comerciantes siempre ofrecen respuestas prontas y fáciles a todo tipo de preguntas. Para los que desean profundizar en este tópico, se cuenta con libros especializados en las áreas de historia, etnografía, tecnología, turismo y peritaje. Sin embargo, a pesar de los grandes avances logrados durante los últimos diez años, la actual y voluminosa bibliografía que trata de los tapetes orientales es aún insatisfactoria. La mayor parte de las cincuenta obras dedicadas a este asunto y que fueron escritas antes de 1900, así como el millar de libros aparecidos en el presente siglo, aunque dirigidos a diversos niveles del mercado, se centran básicamente en la ilustración, clasificación e identificación del inventario de las alfombras localizadas en Occidente (cfr. Enay y Azadi, 1977). Se trata de una bibliografía unilateral. No obstante cuán académicos o científicos puedan parecer algunos de ellos, estos libros suelen estar guiados, consciente o inconscientemente, por el saber del comerciante. Ahora bien, este saber se fundamenta en la historia del comercio y en los intereses occidentales, no en las condiciones de producción. Por ejemplo, una bujara era el tapete que ingresaba a la esfera comercial a través de Bujara. El significado se extendió a las alfombras de diseño similar independientemente de su procedencia. Hoy día, la mayoría de las "bujaras" son originarias de Paquistán. Este término no representa —como podría suponerse— una tradición artesanal homogénea de Bujara. Desde luego, el comerciante no trata con el tejedor, sino con el fabricante o el mercader local (a menudo a través de una cadena integrada por otros comerciantes). La información de que dispone el comerciante es el saber mercantil, generado en el proceso de negociación vinculado a la transacción comercial. Los estudios elaborados por los coleccionistas e historiadores del arte se basan también en ese tipo de saber. Muy poca información de otra fuente les ha sido asequible; en contadas ocasiones han tenido acceso a datos etnográficos independientes. Los antiguos viajeros aunque brindaron descripciones casi siempre fascinantes, apenas advirtieron los tapetes sobre los cuales llegaron a sentarse. Los propios tejedores eran analfabetos, y la creación literaria de su cultura y su tiempo, incluso hasta la fecha, ha mostrado poco interés en un trabajo realizado con fundamento en la destreza de los pobres, aunque haya sido financiado incluso por una corte real. En consecuencia, no es sorpren-

dente que la bibliografía en la materia sea con frecuencia confusa, difícil de entender y aun contradictoria. Para el aficionado que no se da fácilmente por satisfecho, puede ser exasperante. Para el estudioso decidido, conduce tarde o temprano a la comprensión de que siempre que se defina el problema como uno de cultura material, o incluso como parte de la historia del diseño en sentido estricto, surgirán limitaciones en cuanto a lo que se puede saber y que no suelen ser reconocidas por los expertos.

El negocio de las alfombras no sólo involucra el abasto del producto, como sucede con otras mercancías, sino también el suministro de la información respectiva. De hecho, al menos hasta hace poco tiempo, la mayor parte de los datos disponibles sobre los tapetes han acompañado a estos bienes. Sin embargo, el desplazamiento de un área cultural a otra afecta de diferente modo la información relacionada con las alfombras. En esencia, los tapetes llegan a Europa y América en las mismas condiciones en que abandonaron su lugar de origen (aunque en ciertas ocasiones se empleen técnicas especiales para modificar los colores de la alfombra o conferirle una apariencia de antigüedad, de acuerdo con las concepciones particulares del gusto occidental). Los datos experimentan una reinterpretación con cada transacción. El interés del comerciante es primordialmente económico. El saber relativo a sus mercaderías suele obtenerlo de manera fortuita. Por otra parte, el perito, quien desempeña el papel de árbitro público en materia de autenticidad, apenas controla las fuentes de la información en las que fundamenta sus juicios.

Así, advertimos que existen interrogantes en materia tanto de economía como de valor, y que ambos aspectos están vinculados. El asunto de los valores se complica por el hecho de que las alfombras orientales compiten en el mercado como objetos que sirven para cubrir el suelo, pero con una injusta ventaja: son reconocidas de inmediato por sus diseños, los cuales se han convertido con el paso de los siglos en una parte integral de nuestro propio repertorio cultural, aunque sin haber perdido su atractivo exótico. Los copiamos y reproducimos con tanta frecuencia, tanto en tapetes como en otros medios, que casi no nos percatamos de nuestra deuda cultural. El préstamo y la imitación iniciales quedaron sepultados en nuestra historia y fueron asimilados casi completamente por nuestra herencia cultural. Nuestra apreciación de los factores superficiales que tienden a predominar en el análisis de la historia tecnológica, económica y cultural del género, y de la historia social de los productores, intermediarios y consumidores, está condicionada por el hecho de que los diseños básicos de las alfombras orientales se volvieron culturalmen-

te familiares para nosotros, mucho antes de la aparición de la actual generación. Nos asedian en los productos occidentales que toman como modelo las versiones originales creadas en Oriente. En el presente cada vez hay más personas que saben de —y desean— la cosa genuina.

La cosa genuina no es simplemente un artefacto; es un objeto confeccionado por individuos particulares, quienes emplean materiales artesanales especiales, y trabajan en determinadas condiciones sociales, culturales y ambientales, recreando motivos y diseños que aprendieron de las generaciones precedentes. Como hace mucho tiempo que el significado original de los elementos decorativos fue olvidado por los tejedores que los reproducen (quienes de cualquier forma quizá conciban su oficio en términos que no ofrecerían respuestas a las indagaciones occidentales referidas al significado), debe ser reconstruido por los especialistas de Occidente, a fin de racionalizar su necesidad de autenticidad. Las condiciones sociales en que las alfombras realizan su viaje, desde las manos de los tejedores, pasando por las de los comerciantes, hasta las de los consumidores (incluyendo a los coleccionistas), son conocidas sólo de modo imperfecto. Los tapetes llegan a nosotros en situación de divorcio con respecto a su contexto social. Nuestro anhelo de autenticidad nos impulsa a reconstruir ese contexto. Efectuamos esta labor aceptando la información que los acompaña por azar y que sirve para lograr nuestro propósito inmediato. Sin embargo, esos datos permiten simultáneamente autoengañarnos en relación con nuestra tarea: debido a la distorsión inherente y a la insuficiencia de la información, tratamos de que ésta se adecue a nuestras necesidades, en lugar de intentar que éstas se acomoden a aquélla.

No obstante lo anterior, nuestras interpretaciones son sofisticadas. Elegimos entre una variedad aparentemente infinita de tradiciones y subtradiciones. Encaramos las cuestiones de la autenticidad y la calidad. Distinguimos lo bueno de lo malo, lo antiguo de lo nuevo, lo genuino de la imitación. Sin embargo, los criterios referidos a la calidad en su conjunto son imprecisos y tienden a complicarse con el aspecto de la autenticidad. Aun en el caso de la pieza más modesta, la determinación del valor involucra siempre por lo menos una valoración implícita de su autenticidad.

Con todo, desde el punto de vista analítico la autenticidad debe distinguirse en principio no sólo de la cuestión de la calidad, sino también de la noción de una alfombra clásica. Esta representaría un ejemplo de la más alta calidad dentro de su clase, tal como el famoso tapete del siglo XVI denominado "Cacería real persa", de 6.8 por 3.2

metros, exhibido en el Oesterreichische Museum für angewandte Kunst de Viena. En la mayoría de los casos, la alfombra clásica también es auténtica. Sin embargo, un tapete de muy alta calidad puede ser una imitación de uno clásico, motivo por el cual ya no sería genuino. La autenticidad no se determina simplemente con base en el precio al menudeo de los atributos materiales objetivos del artefacto. Tiene que ver no sólo con la legitimidad y la confiabilidad del valor nominal, sino también con la interpretación del carácter genuino del objeto y nuestro deseo de que sea auténtico. Sin embargo, los atributos materiales suelen concebirse como claves del criterio de antigüedad, del supuesto origen de la pieza y del lugar que ocupa dentro de la historia del oficio en cuestión. Con todo, debido a que la historia de esta artesanía se halla escasamente documentada, está expuesta a una revisión continua (aún mayor que la relativa a la historia en general). No deben engañarnos los valores conferidos a las obras artesanales, pues dichos valores han cambiado de modo significativo durante los últimos cien años. Se fundamentan explícitamente en la búsqueda de la verdad histórica; empero, con el paso del tiempo nos alejamos cada vez más de las fuentes de las que depende la reconstrucción de esa verdad histórica.

Nuestra interpretación y reinterpretación de las fuentes disponibles se han vuelto crecientemente sofisticadas e ingeniosas, pero sólo con fines de satisfacción de nuestras propias necesidades. Así, enfrentamos las cuestiones siguientes: a) los datos materiales concretados en las alfombras existentes; b) la historia del oficio productor de tapetes, reconstruida por nosotros con base en una información pobre e inadecuada, y c) nuestra preocupación por la autenticidad. A menudo se habla como si nuestra idea de autenticidad dependiera de nuestra reconstrucción de la historia de la artesanía, la cual dependería a su vez de una combinación de datos materiales tangibles en las alfombras, y de la escasez de fuentes textuales y arqueológicas. En el presente capítulo, invertimos heurísticamente esta concepción propia del sentido común: en la base del análisis se encuentra un interés por la posibilidad de que la constelación desarrollada de relaciones sociales de nuestra sociedad compleja, sea la que genere la necesidad de autenticidad, la que conduciría a los individuos a buscar un material cultural a partir del cual resultase factible resolver la obsesión por la distinción. En algunos sectores de la vida social las alfombras orientales satisfacen esa necesidad. Tal satisfacción condiciona nuestra reconstrucción de la historia de la confección de tapetes, y nuestra reconstrucción otorga un significado a la evidencia material situada frente a nosotros.

A pesar de que las alfombras suelen ser mercancías, los tapetes orientales sólo se han mercantilizado de modo imperfecto. Son en parte una mercancía y, en parte, un símbolo. Algo que pertenece a la naturaleza misma del símbolo es la inclusión de más de un significado, incluso en un contexto social particular. Las alfombras contienen muchos significados diferentes para los distintos tipos de personas en los diversos contextos culturales. En un principio, los tapetes eran productos domésticos que habían adquirido una dimensión simbólica para los individuos que los fabricaban y conservaban en su hogar, debido a la importancia cultural del uso que les otorgaban. Los productores proyectaban el significado del artículo confeccionado en la utilización conferida. En términos antropológicos, las alfombras se convirtieron en un objeto de elaboración cultural entre las personas que las producían. A lo largo de la historia de este oficio artesanal, que abarca por lo menos los últimos 2500 años, estos artefactos simbolizados se mercantilizaron primero de forma parcial en Oriente, y luego de manera total en el comercio internacional. Durante la historia del enorme interés occidental en estos bienes, verificada en el transcurso de los últimos cien años, los tapetes se desmercantilizaron parcialmente o, de acuerdo con la propuesta de Kopytoff (capítulo II), se resingularizaron. Algunos de sus atributos volvieron a adquirir un significado especial mediante la reconstrucción de la procedencia social y cultural de los artefactos. El resultado de ello es que siempre, al intentar una explicación de nuestro interés en las alfombras orientales, caemos tarde o temprano en la mistificación. En virtud de que esto constituye de manera obvia un problema que plantea interrogantes en torno a la experiencia tanto oriental como occidental, su investigación cuidadosa promete ser especialmente provechosa en nuestra lucha continua por comprender la relación que hemos establecido con nuestro propio mundo material y con otras culturas. El asunto requiere la atención de los investigadores especializados en alguna de las numerosas disciplinas académicas, lo cual podría aportar nuevos aspectos al análisis del modo en que se ha desarrollado hasta hoy día nuestra apreciación de las alfombras orientales. Ese estudio tendría que retomar los factores siguientes: la tecnología del tejido, y la causa y la forma en que dicha tecnología se ha modificado en las diferentes áreas de la región del mundo productora de tapetes orientales; la historia social de esas áreas; la economía política internacional que establece los precios del mercado, en especial los de ciertas materias primas (por ejemplo, la lana y los pigmentos); así como la historia y la evolución del diseño, los estilos y la moda en Oriente y Occidente. El campo es difícil de definir en términos

intelectuales. A pesar de que el tapete oriental puede constituir un tema particular dentro de la historia de la tecnología, su propia evolución técnica resulta muy diversa, pues ha sido practicada en una región muy extensa y desde un periodo previo a la era islámica. Por ejemplo, no es legítimo clasificarla, y muchos lo han hecho, como un género del arte islámico. En el presente ensayo, examino esta cuestión desde la perspectiva ventajosa de un tipo de antropología social que, en virtud de su propio desarrollo en las últimas dos décadas, sugiere representar un enfoque prometedor. Lamento que durante la exposición de los planteamientos me vea precisado a ingresar en ocasiones a los dominios de otras disciplinas, ante las cuales reconozco mi nula competencia; mi única defensa reside en la preocupación misma de realizar algún hallazgo respecto del proceso dialéctico de la vida moderna, que oscila entre lo social y lo cultural, entre ellos y nosotros.

Debido a la complejidad del tema que nos ocupa, he centrado el análisis en la alfombra turcomana. En virtud de que todos los tapetes de este tipo son tejidos por turcomanos que habitan una región particular de la sección suroccidental de Asia central, constituyen una categoría identificable en las esferas comercial y artesanal, y poseen una procedencia geográfica y cultural unitaria. Asimismo, la delimitación del estudio tiene la ventaja de permitir ilustrar las numerosas equivocaciones que inundan la bibliografía en la materia. Las alfombras turcomanas provienen de una interesante muestra representativa de comunidades socialmente diversas pero culturalmente similares, localizadas en el territorio hoy dividido entre la república soviética de Turkmenistán, Irán y Afganistán, a lo largo de un periodo histórico que ha incluido diversos trastornos políticos y económicos. Por último, los tapetes turcomanos son tribales (y, por tanto, suelen ser tejidos por las mujeres, las cuales aprenden el oficio de manera doméstica y mutua y en el marco de comunidades pequeñas y unidas; todo ello a diferencia del trabajo masculino o infantil, realizado a cambio de un salario y bajo la supervisión de un capataz), pero en ningún modo rústicos o faltos de sofisticación. Este último aspecto puede explicar la preferencia de la cual gozan estos artefactos entre los coleccionistas —fenómeno que ha sido confirmado dos veces durante los últimos cinco años por las encuestas efectuadas por la revista "alfombrista" *Hali*—, [2] lo cual sugeriría que el origen tribal contribuye a satisfacer la necesidad de autenticidad.

Esta sección introductoria quedaría inacabada si no aludiese al hecho de que existen tapetes orientales para los que el asunto de la autenticidad, aunque sin dejar de ser relevante, es menos significativo. Las alfombras persas de las grandes tradiciones urbanas, como las

de Isfahān, Tabriz y Nāin, siempre fueron tejidas en telares verticales, especialmente por niños bajo la conducción de un *ustad* (maestro artesano), y de acuerdo con diseños figurativos (en lugar de reproducir símbolos misteriosos). En tales casos, la calidad *es* el criterio predominante.

Por último, desde el punto de vista adoptado en este capítulo, el aspecto esencial del problema involucrado en la creciente popularidad de esta mercancía, y en la preocupación sobre la autenticidad, reside en la historia de la relación establecida entre el tejedor y el comerciante, en lo que toca tanto al suministro de tapetes como al flujo de información sobre dichos bienes. Esta relación debe investigarse sin menoscabo del estatus cambiante del tejedor y del comerciante dentro de sus respectivas sociedades, y de la continua negociación entablada por ellos en materia de términos comerciales, que ha permitido la adquisición de un saber creciente por ambas partes y que sólo puede ser comprendido en su propio marco social. El tejedor está incrustado dentro de un complejo sistema de relaciones sociales. El comerciante debe cultivar el mercado. De acuerdo con la naturaleza de los negocios, el comerciante occidental tiene que construir un conjunto de conocimientos prácticos acerca del Otro, el cual se remonta a la Edad Media y quizá a un periodo anterior. Por otra parte, el conocimiento que el tejedor tiene del mercado es relativamente reciente. Hasta fines del siglo XIX la proporción de producción destinada a la exportación (a pesar de la referencia al siglo XIII que incluimos más adelante) allende las fronteras del mundo islámico, era en apariencia pequeña e involucraba a una porción mínima de la comunidad productiva. Desde entonces, el diálogo entre el tejedor y el comerciante se ha vuelto cada ves más directo, en especial durante la última década. La negociación referida a la autenticidad de la alfombra se deriva al menos en cierto grado del trato indirecto entre el tejedor y el comerciante, y del desarrollo en ambas partes de una capacidad de regateo y un estatus social. Con todo, el proceso de negociación sigue siendo complejo.

Habré de centrarme en el estudio de tres tipos de interrogantes. En primer lugar, los relacionados con los valores y las prácticas culturales: ¿qué es una alfombra?, ¿de qué manera los tapetes orientales llegan a trascender en Occidente la función meramente utilitaria que comparten históricamente con otros textiles? En segundo, los que versan sobre los hechos materiales y sociales: ¿cómo se ha modificado la tecnología (en el sentido más amplio) de la producción de alfombras con el paso del tiempo, en especial con respecto a la disponibilidad cambiante de la materia prima, la mano de obra y

la organización social de Oriente y Occidente? En tercero, los relativos a la intersección de lo cultural y lo fáctico: ¿de qué forma y por qué negociamos estándares de autenticidad como si se tratara de un atributo distinto de la calidad?, ¿qué revela la historia de este problema intercultural sobre la dinámica de la sociedad moderna y del cambio social? A lo largo de la argumentación, analizaré este tipo singular de tapete oriental en tanto textil material, mueble cultural, producto social, mercancía, artículo de demanda y conocimiento especializado y, por último, en tanto hito ajeno parcialmente naturalizado en nuestra cambiante constelación de valores occidentales. He definido mi objeto de estudio y restringido el campo de investigación a fin de obviar la necesidad de revisar todos los libros dedicados a las alfombras orientales, aunque me resulta imposible evitar del todo el examen bibliográfico.

Divido la porción restante del presente capítulo en tres secciones. La primera incluye una reconstrucción de las tecnologías tradicionales y los contextos sociales de la producción de las alfombras, así como una crítica de las hipótesis modernas referidas a su simbolismo. La segunda trata de los cambios económicos y culturales concomitantes a la transformación de los tapetes en objetos de interés comercial para Occidente. La tercera constituye una revisión del asunto de la autenticidad en términos de la resingularización de estas mercancías en la sociedad occidental.

LA MANUFACTURA Y EL SIMBOLISMO DE CUBRIR EL SUELO

La tecnología del tejido tiene una historia propia (véase, por ejemplo, Ackerman, 1938a y 1938*b*; Farnie, 1958; Forbes, 1964; Wulf, 1966). Una alfombra es un tipo particular de lana tejida que, a pesar de que hoy día se halla ampliamente difundida en buena parte del mundo, evolucionó quizá a partir de una tradición particular de tejer, originada en algún punto del territorio ubicado entre Asia central y suroccidental. Resulta discutible la afirmación de que se trata de la tela más sofisticada jamás inventada.

Además de la destreza de tejer, la producción de tapetes presupone varios requisitos: la capacidad de abasto de ciertos materiales básicos, tales como madera y metal para las herramientas y los telares, diferentes tipos de lana y distintos pigmentos; el conocimiento de algunas habilidades y motivos de diseño; determinadas formas de cooperación, y ciertas cantidades y modalidades de financiamiento. Cada uno de estos requisitos da cabida a la innovación, como muestran los

últimos cien años de la historia de la alfombra turcomana; empero, no implica un alto grado de innovación, salvo que se pretenda modificar la naturaleza del producto final. Asimismo, tales requisitos condicionan las actividades, la organización y la cultura de quienes se hallan involucrados en la confección de tapetes. La dinámica de la tecnología se halla en dependencia mutua con respecto a la dinámica de la interacción social, los modos de pensar y los procesos naturales que suministran las materias primas. Estas coacciones tecnológicas, sociales, culturales y naturales constituyen el marco cuádruple de la producción, donde cada tejedor se expresa a sí mismo mediante la innovación factible dentro de los límites impuestos por la necesidad de mantener su lugar en la sociedad, de la cual depende la seguridad material y emocional del artesano. Cualquier análisis de la importancia de las alfombras para la sociedad donde se producen, debe sopesar todos estos factores.

El origen del tejido de tapetes se remonta a un periodo previo al año 500 a. de C. El fragmento más antiguo del que se tiene noticia corresponde al siglo VI a. de C., y fue encontrado en un montículo congelado de Bash-Adar, en la cadena montañosa de Altai, al noreste del Turquestán. Dentro de la misma zona, en Pazyryk, se descubrió una alfombra casi completa que data del siglo IV a. de C. (véase Rudenko, 1968). Estos hallazgos suministran pruebas de la existencia de una tradición ya desarrollada. Sin duda, los detalles referidos al invento son desconocidos y poco relevantes, excepto en la medida en que quizá serían útiles para explicar la evolución de los motivos y los diseños, y la historia de la relación establecida entre los pueblos nómadas y sedentarios. Con cierta justificación, se ha comparado el tapete con un vellón. Ahora bien, esta equiparación puede ser algo más que una afortunada observación, pues sugiere una conexión con el pastoreo nómada. Sin embargo, puede conducir a equivocaciones porque no demuestra suficientemente que el origen de la confección de alfombras se haya dado entre los pueblos nómadas y no entre los sedentarios. De hecho, la sofisticación de la tecnología en cuestión —esto es, la combinación del concepto y la destreza con los colores y el diseño, y con la fineza y la uniformidad— nos alerta contra la aceptación acrítica de la tesis común que sostiene que el tejido de tapetes se originó entre las poblaciones nómadas. Al respecto, las evidencias más antiguas son en realidad imprecisas.

Al igual que otras telas, la alfombra se teje en un telar con enjulio, donde se va arrollando la urdimbre; con los hilos sobrantes se suele confeccionar el fleco que se une a ambos extremos del producto terminado. La tira de tela se entreteje directamente en el

telar, con la ayuda de una u otra de las numerosas técnicas de tapicería. El cuerpo del tapete se confecciona al trenzar hileras de nudos, de una o dos hebras, con pares (o pares de pares) de hilos de la urdimbre. (En la zona en cuestión se utilizan dos tipos básicos de nudos, aunque sólo uno de ellos constituye un verdadero nudo.) Una alfombra de buena calidad puede llegar a tener unos cuatrocientos nudos por pulgada cuadrada; empero, un tapete excelente no requiere necesariamente más de cien. Las puntas de los nudos se cortan en forma pareja; en una alfombra fina se suelen cortar muy cerca de la base. El diseño de la superficie del tapete se integra mediante el uso de nudos de lana de diferentes colores. Cada hilera de nudos se entrelaza a uno o más hilos de la trama, antes de añadir la siguiente hilera. Para lograr el grado deseado de tirantez y uniformidad del tejido y densidad de los nudos, después de elaborar varias hileras de nudos el tejedor golpea la trama con el peine del batán o el peine de tapicería, cuyas aberturas o dientes se ajustan a los hilos de la trama. Esto posibilita también que la tela se doble permanentemente en una sola dirección, hacia el extremo del cual partió el tejedor. Por tal motivo, a lo largo de la vida de la alfombra, la luz incide de distinto modo sobre los nudos, de acuerdo con la posición del espectador y, en el caso de ciertas clases de lana (y especialmente en el de la seda), hace que los colores se vean diferentes, según los diversos ángulos.

Para el tejedor tribal, además del abastecimiento de la madera necesaria para fabricar el telar, lo cual constituía un asunto poco complicado, era factible la producción local e incluso doméstica de todos los materiales. Cada familia podía abastecer las materias primas indispensables en la tarea productiva. Hasta una fecha reciente, la alfombra turcomana se confeccionaba con lana totalmente, salvo en los casos en que se empleaba un poco de algodón o seda para obtener algún color, a menudo el blanco que resultaba difícil de obtener con la lana proporcionada por los carneros caracul. Era importante el hecho de que la tejedora, con frecuencia la hija o la esposa, estuviese estrechamente relacionada en la vida cotidiana con el administrador del rebaño, usualmente el jefe de familia. Un buen tapete requería la preparación y el hilado de la lana, labores que implicaban procedimientos diferentes para la fibra destinada a la urdimbre y aquélla destinada a la trama. El estambre urdido de buena calidad es tan fino y resistente que el observador no versado en la materia jamás pensaría que se trata de hilo de lana. El secreto reside en la elección de las hebras más largas del vellón, la cardadura y el hilado. De acuerdo con el destino asignado a la fibra, el artesano selecciona la lana esquilada

en cierta parte del cuerpo de un carnero de determinada edad y durante una estación particular del año.

Buena parte de la tecnología implicada en el tejido de una alfombra es más fácil de organizar en el plano doméstico que en uno más complejo; además, la producción casera independiente estimula un tipo particular de identificación con el producto y su simbolismo. Por ejemplo, tejer una urdimbre de lana es una labor difícil. Los hilos suelen romperse por la tensión con que se sujetan para poder hacer los nudos y desarrollar la trama. Si la familia se ve precisada a comprar la lana en el mercado, el artesano pierde el control en materia tanto de calidad como de diferenciación de las fibras. En tales circunstancias, el algodón —con el cual se facilita el tejido, pero que siempre debe adquirirse en el mercado— sustituye a la lana producida en el marco doméstico. Por otra parte, al trabajar en su propio ambiente, para ella misma y su familia, la tejedora emplea la tecnología y reproduce los motivos de sus parientas de mayor edad y, con fundamento en la introducción de ciertas innovaciones personales, fabrica una alfombra especial; esta naturaleza especial es producto del significado expresado por la actividad, el contexto familiar y las relaciones de producción. Sin embargo, ¿el consumidor occidental, totalmente ajeno en términos sociales y culturales, es capaz de reconocer y apreciar tales diferencias? ¿Cómo influyen éstas en *nuestra* apreciación del tapete?

No todas las fases tecnológicas estuvieron condicionadas necesariamente por este contexto social íntimo. En la mayor parte de los casos, es probable que el teñido se haya efectuado en una escala más amplia porque, si bien muchos de los pigmentos podían adquirirse en la localidad, fuera de los poblados y en los campos aledaños, las técnicas en cuestión eran complejas y resultaba provechoso económicamente realizar el trabajo de la coloración en una escala más grande (véase Holmyard, 1958 y Schneider, 1978, 419).

Con frecuencia predominaban los rojos, los cuales quizá fueron más fáciles de elaborar; empero, como se obtenían mediante el empleo de sustancias mordientes, producían una amplia gama de matices.[3] La rubia tintórea (*Rubia tinctorum*), que fue el pigmento de mayor uso y con probabilidad el más barato, suministró la gama más amplia de tonalidades de color, desde el pardo rojizo hasta el rojo, aunque éste último no es tan brillante como el elaborado con base en algunos insectos. Entre éstos, el quermes local (la hembra del *Kermes ilicis*), aunque proporcionó al persa el término para denominar al color rojo (*qermez*), no parece haber sido utilizado en ninguna de las alfombras que han sobrevivido hasta hoy día. Sabe-

mos que la materia colorante producida por la cochinilla (la hembra del *Dactylopius coccus*) se comenzó a emplear a principios del siglo XVI y que tuvo gran importancia a lo largo del siglo XIX. La laca de la India (*Coccus lac*) también fue usada, pero se le sustituyó más tarde con el color de grana de la cochinilla. En ocasiones ambos colorantes se mezclaron con la rubia tintórea. Apenas existe un registro de los detalles implicados por el proceso tradicional del teñido. (Véase Wulff, 1966, 189-194, en relación con una mayor información y un análisis más amplio de las técnicas de coloración y tejido en la civilización iraní; véase también Farnie, 1958 y Forbes, 1964.)

El proceso del teñido fue el primer aspecto de esta tecnología que experimentó cambios como consecuencia de la influencia ejercida por la economía mundial. En la segunda mitad del siglo XIX se introdujeron en Persia los primeros pigmentos sintéticos; empero, éstos no llegaron hasta la porción occidental del Turquestán, ni fueron utilizados en la confección de las alfombras turcomanas. En general, se trataba de materias colorantes de calidad inferior a las naturales. Una segunda generación de pigmentos sintéticos, conocidos como colorantes azoicos, introducidos a la región después de 1880, produjeron mejores resultados (Whiting, 1978*a*, 1978*b*, 1980 y 1981; véase también *Oriental Rug Review*, vol. 3, núm. 7-8, 1983). Se volvió inevitable la adopción de los pigmentos químicos porque eran más fáciles de usar y ahorraban tiempo de trabajo. Sin embargo, su éxito se facilitó por el hecho de que el teñido era una actividad que ya estaba fuera del control de la unidad doméstica. Durante cierto periodo estos colorantes penetraron gradualmente a la esfera familiar de la producción. A fines del siglo pasado, cuando dicho proceso de introducción se había completado, se les solía combinar con pigmentos vegetales. A diferencia de estos últimos, su obtención implicaba un desembolso de dinero y, por tal motivo, eran más adecuados para la producción comercial o la fabricación doméstica financiada por un centro mercantil. Probablemente su asimilación estuvo asociada al incremento de la mercantilización del producto.

La logística del teñido sugiere que esta actividad fue el móvil inicial en el proceso de comercialización del tejido de alfombras. En el plano regional, en diferentes partes del área occidental de Asia y el Medio Oriente, es probable que dicha comercialización haya comenzado pausadamente durante una etapa muy temprana de la historia de esta artesanía, y proseguido a empujones hasta el periodo moderno, etapa en la cual apartó los obstáculos que protegían al remoto y atrasado rincón comercial de Asia central contra la dramática influencia de la

economía del mundo moderno, impulsada en este caso por el interés consumista occidental que empezó a manifestarse en una escala comercial a fines del siglo XIX. Si este enfoque es correcto —el cual contribuye a explicar algunos otros asuntos que debemos examinar, como la historia del diseño de los tapetes—, podemos entonces afirmar que la producción tradicional de alfombras se desplegó siempre a lo largo de un continuo social (con repercusiones para la tradición cultural): desde el grupo nómada o aldeano aislado y autosuficiente, pasando por los conglomerados urbanos del interior, hasta la fabricación controlada por las grandes ciudades. En el presente siglo, este último extremo del continuo se vinculó a la economía mundial, y las influencias resultantes de dicha unión se extienden aún a lo largo de este continuo.

Sería útil conocer más de cerca el modo en que la fabricación de alfombras se ajustaba, por una parte, a la vida de los tejedores y productores y, por la otra, al sistema comercial, antes de que ocurrieran los cambios significativos en la esfera de las relaciones de producción. ¿Qué implicaba, en términos de trabajo y tiempo, el tejido de un tapete? ¿Quiénes tomaban qué tipo de decisiones? En una de las pocas narraciones informativas escritas por los viajeros del siglo XIX, O'Donovan (1882, 2, 352) describe un caso que se acerca al extremo orientado hacia el mercado:

> Las mujeres de la familia son las principales responsables de los deberes domésticos. Cocinan y consiguen el agua. Las hijas que no desempeñan estas tareas, se dedican a la manufactura de casquetes bordados, tapetes, camisas, alforjas y calcetas de diversos colores, que venden a las clases altas. Los mantos de seda y algodón, usados por hombres y mujeres, son confeccionados por personas especializadas en esa labor. Las mujeres elaboran sus propias prendas de vestir, pero compran la tela a los mercaderes del bazar. El afortunado turcomano que tiene muchas hijas logra reunir una cantidad considerable de dinero, gracias a las piezas de fieltro y las alfombras tejidas por ellas. En este caso se reserva un *ev* para ser utilizado como taller, donde tres o cuatro muchachas se concentran en la confección de un solo tapete, con frecuencia durante un periodo bimestral.
>
> Cada jovencita suele fabricar dos alfombras finas adicionales, que representan una parte de la dote por ofrecer el día de su boda. Una vez confeccionadas tales piezas, se dedican a producir bienes destinados a los mercados de Meshed y Bujara, donde los tapetes turcomanos se venden a un precio mucho más alto que los manufacturados en Jorasán o más allá del río Amu Daria. En ocasiones, estas alfombras están hechas parcialmente de seda traída de Bujara. Los tapetes turcomanos miden en general el doble de los ordinarios, los cuales se confeccionan con lana de carnero y pelo de camello mezclados con un poco de algodón, y están fabricados casi

en su totalidad con seda. Alcanzan precios sumamente elevados. Tengo noticias de que se pagaron 50 libras por una alfombra de ocho pies cuadrados.

En el periodo moderno, Irons (1980, 36), quien realizó su trabajo de campo entre los turcomanos yomut del noreste de Irán, desde finales de la década de los sesenta hasta mediados de la de los setenta, calcula que "una mujer puede tejer aproximadamente un pie cuadrado de tapete en un día de arduo trabajo, esto es, dedicando unas doce horas al telar". Ahora bien, casi no sabemos nada del otro extremo del continuo arriba referido.

Ante todo, vale la pena destacar que el pasaje de O'Donovan coloca de lleno la fabricación de alfombras en el contexto de la producción textil en general. Para los productores los tapetes son una forma especial de textil; especial en términos locales por el modo en que combinan el valor, en tanto trabajo cristalizado, con el valor simbólico, y una vez desarrollado el comercio a causa de su valor de cambio. Esto nos recuerda que los accesorios mobiliarios para el piso constituyen una noción relativamente reciente en Occidente, aunque hoy se encuentre esparcida por casi todo el mundo. En apariencia, fue sólo hasta el siglo XVIII que surgieron nuestros términos de "alfombra" y "tapete" para significar los tapices que cubren el suelo. Es probable que toda nuestra concepción del alfombrado se derive de los tapetes orientales, y que antes de que las alfombras orientales fueran accesibles para los ricos durante la Edad Media y su uso comenzara a ser estimulado (inicialmente en 1775, en Axminster, que en Inglaterra se convirtió en el nombre permanente para denominar al producto de un ramo del oficio) entre los individuos no tan ricos a lo largo del siglo XVIII (véase Fowler y Cornforth, 1978, 213), los pisos occidentales no hayan estado cubiertos. El nombre de Axminster fue seguido en Inglaterra por el de Wilton y Kidderminster, por el de Bruselas y, más tarde, por otros nombres en los Estados Unidos. (Los productos estadunidenses fueron menos exitosos, debido al alto costo de la mano de obra; hecho que nos explica que buena parte del éxito de los tapetes orientales se debió a la disponibilidad de una fuerza de trabajo barata. Durante la década de los setenta, en la economía petrolera del propio Irán, las alfombras tejidas en las ciudades subieron tanto de precio en el mercado internacional que se volvieron invendibles.) La mecanización se inició hasta mediados del siglo XIX. En apariencia, teniendo en cuenta los ambientes recreados en las pinturas, se comenzaron a emplear los tapetes orientales para cubrir y decorar superficies planas, especialmente mesas. En el pasado las

alfombras turcomanas estaban destinadas a una gran variedad de usos locales. Existe un largo catálogo que incluye los nombres locales de los diferentes tipos y tamaños de tapetes, así como de las distintas tradiciones de tejido. Por ejemplo, entre las clases funcionales están considerados los que cuelgan en las puertas, los utilizados en bolsas y cojines, además de los empleados para sentarse en ellos y cubrir el suelo, aunque no siempre es fácil distinguir la función de otros criterios.

Durante el tiempo en que la fabricación de alfombras fue una actividad doméstica realzó la reputación de los artesanos que las producían. Existía un vínculo entre el valor social del tapete (en tanto objeto mobiliario valioso) y la condición social de la tejedora. En general, el estatus de la mujer era relativamente alto en la sociedad turcomana. Una artesana del noreste de Irán le comentó a la esposa de Irons (1980, 35) que "la habilidad necesaria para tejer es similar a la necesaria para leer y escribir". En efecto, continúa este autor, "se trata de destrezas que se adquieren con el paso de los años; los principiantes no pueden pretender su dominio a corto plazo. Nuestra capacidad para entender una hoja llena de letritas resulta tan asombrosa para la mujer turcomana, como para nosotros lo es su aptitud para reproducir de memoria un intrincado patrón de tejido". Además de incrementar los ingresos del hogar, la mujer producía artefactos que eran importantes desde los puntos de vista funcional y simbólico. En consecuencia, es comprensible que los diseños hayan adquirido el tipo de referencia social restringida que nosotros interpretaríamos como heráldica (véase Moshkova y Morozova, 1970). Las tejedoras estrechamente unidas trabajaban con diseños cercanamente vinculados. Los diseños se asociaron a la identidad de los productores, y dicha identidad era concebida en términos tribales o genealógicos. En realidad, no queda claro qué tan explícito resultaba el significado *quasi* heráldico, el cual parece haber sido exagerado por Moshkova y otros estudiosos occidentales (véase David, 1980). Con todo, a pesar de la gran variación prevaleciente, puede reconocerse una relación general entre la forma y la identidad, al menos en el periodo anterior a la disolución de las identidades tribales, resultado de la intrusión soviética de finales del siglo XIX.

Independientemente del grado de comercialización alcanzado, se continuaron fabricando alfombras con fines domésticos y personales, en especial para integrar las dotes. Los tapetes eran susceptibles de almacenamiento y permanecían guardados durante largos periodos. En algunos casos eran vendidos sólo para obtener dinero efectivo que contrarrestara los efectos de alguna crisis, como la sequía de princi-

pios de la década de los setenta; ahora bien, antes de la transacción ya habían cambiado de manos a causa de las herencias y los matrimonios, y la compraventa incorporaba a la biografía de estos bienes el nombre del nuevo dueño. Las alfombras se convertían en accesorios mobiliarios personales e íntimos de la vida familiar de los productores y propietarios. En el campamento nómada domesticaban el suelo ocupado, proporcionando una superficie para la ingestión cotidiana de alimentos, que simbolizaba la unidad y la integridad de la familia, y una superficie sobre la cual orar. Quizá en mayor medida que otros tapetes tribales y a diferencia de las alfombras espectaculares y célebres producidas durante la dinastía de los safawíes (en los siglos XVI y XVII), los tapetes turcomanos estaban preñados de significados implícitos para las personas que los fabricaban y vivían con ellos.

En nuestra apreciación de tales alfombras mostramos un vivo interés en los valores simbólicos; empero, sólo hemos relacionado este tipo de valores con los motivos y los diseños, y no con la producción y el aspecto funcional. Ahora bien, es difícil obtener información sobre la dimensión simbólica del uso de los tapetes, en virtud de la casi total inexistencia de registros históricos y la modificación del contexto social. Por su parte, resulta prácticamente imposible estudiar el simbolismo de su diseño, desde el punto de vista histórico o etnográfico, porque la tradición ya estaba del todo formada cuando fue sometida al análisis histórico. Sin embargo, disponemos de una abundante bibliografía en la materia. En cuanto a su sistematicidad, estos libros se basan en la comparación de las formas y motivos de las distintas tradiciones culturales, con una mínima o nula referencia a su contexto social. A pesar de que este método ha sido de suma importancia en nuestra comprensión de las grandes tradiciones artísticas del mundo, en ocasiones no ha permitido entender la lógica de quienes lo aplican al estudio de las tradiciones populares. En el caso de las alfombras las evidencias sugieren que estamos enfrentando una variedad escasamente diferenciada de productos nómadas, aldeanos y urbanos. La mayor fuente de confusión en la interpretación del simbolismo de los tapetes orientales, quizá se derive de la siguiente peculiaridad: que esta labor artesanal se extendió socialmente desde los campamentos nómadas aislados hasta los palacios reales, y que los motivos se desplazaron de un extremo a otro del continuo, cargados de distintos significados según las diversas situaciones sociales.

La mayoría de los estudiosos se centran en las similitudes recurrentes en el diseño de todas las alfombras orientales: motivos repetidos, separados entre sí por marcos delimitantes, de flores y animales estilizados. Buena parte de la investigación versa sobre el diseño y el acabado de los tapetes de Pazyryk, el estilo bien conocido de animales

de la estepa prehistórica y el surgimiento de ciertos elementos con reminiscencias de la fantasía china. Se ha interpretado la recurrencia de los patrones geométricos y de otros tipos como un procedimiento destinado a dar la apariencia de secciones que forman parte de un todo más amplio, integrado por los bordes divisorios, que simbolizaría la infinitud del paraíso. Los motivos fáunicos son referidos simplemente como "el estilo animal de la estepa" (Rostovtsev, 1929), que representaría la vitalidad de la vida nómada; empero, no se ofrece explicación alguna de la conjunción de dos estilos en una sola tradición artesanal. Por último, se sugiere que el origen común de todos los diseños es Asia central, desde donde se difundieron hacia el oeste, con base en el desplazamiento de los turcomanos bajo la dinastía de los selyúcidas, en los siglos XI y XII (véase por ejemplo Denny, 1978 y 1982; Mackie y Thompson, 1980; Schurmann, 1969; Thacher, 1940; Wagner, 1976). [4]

He simplificado excesiva y conscientemente este tipo de interpretación, quizá hasta un extremo caricaturesco, con objeto de mostrar dos cosas: primera, que tal enfoque otorga un sentido a las evidencias y que añade un toque místico al introducir un vínculo con la infinitud del paraíso; segunda, que dicha aproximación no tiene en cuenta el problema de cómo se generan o modifican las formas simbólicas (salvo tal vez por el planteamiento implícito de que estamos encarando un asunto relacionado con el *Homo orientalis*, el cual es por naturaleza un ser místico y preocupado por las ideas religiosas), ni tampoco el contexto social de este oficio. Más adelante sugeriré que esta clase de interpretación debe su éxito al hecho de que, por una parte, es ejemplarmente académica y, por la otra, satisface una necesidad importante de nuestra sociedad: hace sentir que estamos progresando en la búsqueda de la autenticidad. No me parece que eso sea erróneo, pero sí inadecuado.

La escasez de datos necesarios para elaborar una reconstrucción social o cultural, convierte nuestro examen en un asunto más cercano a la esfera de la aproximación que a la de la documentación. Vale la pena advertir en qué grado puede contribuir un cambio de enfoque en la incorporación de la información adicional disponible y en la desmitificación de la interpretación. Se ha sugerido que las alfombras halladas en Altai y que datan de mediados del primer milenio a. de C., son originarias de Persia. Una losa de alabastro proveniente de la entrada del palacio de Asurbanipal en Nínive (exhibida en el Museo Británico de Londres), está tallada de acuerdo con patrones estrechamente comparables a los del tapete de Pazyryk. Khlopin (1982) alude a evidencias del tejido de alfombras en comunidades sedentarias

establecidas en la misma área general, pero un millar de años antes. Con base en lo que sabemos acerca de las culturas de las poblaciones nómadas, no podemos suponer que éstas desarrollaron tecnologías más complejas que los cercanos asentamientos sedentarios; empero, podemos creer que aquéllas estaban muy vinculadas económica y demográficamente a éstos, y que copiaban e imitaban las tecnologías de los pueblos sedentarios para alcanzar sus objetivos. Existen sólidas evidencias de que el pastoreo nómada del Mediterráneo, Mesopotamia y Asia central se derivaba culturalmente de la vida sedentaria, en lo que toca a su origen y su interacción continua. Debido a que no hay una diferencia esencial de diseño en la fabricación de alfombras de las comunidades turcomanas sedentarias y nómadas, podemos afirmar que ambos tipos de producción utilizaban los mismos símbolos, quizá con variantes mínimas en la forma y con variaciones importantes en el significado, y que ambos tipos de producción estaban insertos en el mismo sistema cultural y económico, pero en condiciones sociales desemejantes. A pesar de que las distinciones culturales entre las poblaciones nómadas y sedentarias han sido exageradas, sí difieren notablemente en un solo aspecto: su percepción de la naturaleza. Existen muchas pruebas de que, aunque los pueblos nómadas compartan símbolos con las cercanas poblaciones sedentarias, la comprensión y el uso de dichos símbolos no son similares (Spooner, 1973, 35-40).

En la tradición iraní los términos "paraíso" y "jardín" no están claramente diferenciados. La palabra persa *farādis* (que pasó al griego *parádeisos*, de éste al latín *paradīsus*) no fue originalmente un concepto religioso, sino una palabra que designaba a una especie de jardín de la realeza, un parque circundado por muros dentro de los cuales la naturaleza estaba sometida hasta cierto punto al control humano. El rey, al igual que los soberanos de otros territorios y sobre todo de los asiáticos, era aficionado a la caza. Sin embargo, le gustaba realizar esa actividad sin tener que experimentar problemas o incomodidades. En la tradición iraní existe en general un deseo de intimidad con la naturaleza, aire puro, luz y espacios abiertos, pero también aversión por la naturaleza en bruto, que no ofrece protección alguna contra la amenaza de los elementos. En las áreas salvajes, desprovistas del confort de la vida sedentaria, donde la naturaleza no está bajo control, sólo habitan los nómadas, quienes simbolizaban la inseguridad, el desorden social y la falta de control político, en resumen, la ausencia de la civilización (cfr. Hanaway, 1971 y 1976).

Las tradiciones simbólicas son fáciles de reconocer, pero muy difíciles de interpretar. La tradición sufí (basada en la doctrina mística

mahometana) ofrece un excelente ejemplo del problema planteado por la interpretación de imágenes, debido a la ambigüedad sexual y emocional con que éstas se utilizan para expresar la noción de amor. Una imprecisión semejante ha extraviado a los estudiosos occidentales de la tapicería y el diseño, quienes están deseosos de hallar símbolos "puros" y se niegan a admitir la reproducción de meros jardines ordinarios, reducidos por las limitaciones del medio a una simplicidad rigurosa y sumamente estilizada. Con todo, en la dimensión simbólica existe una relación entre los diferentes tipos de jardines y la idea de paraíso. Sabemos que durante el dominio de los sasánidas (entre los siglos III y VII) aparecieron alfombras enormes y espectaculares que recreaban el tema de los jardines. Hemos señalado que el término paraíso se deriva de una palabra persa preislámica que alude a un tipo especial de jardín real. La mayor parte de los motivos individuales incluidos en los tapetes ocupan un lugar dentro del jardín persa, pues en la civilización iraní (la cual suministró la tradición principal de Asia central, de la Meseta del Irán e incluso de la región ubicada al oeste de ésta) un jardín (cuya manifestación suprema la encarnaba el parque de la realeza) era un lugar donde habitar. En términos ideales, cada casa debía contar con un jardín, y el diseño por excelencia en el mobiliario del hogar debía ser el de un jardín. Las alfombras de la corte recreaban de modo figurativo espléndidos jardines.

Desde luego, no todos los motivos de las alfombras, incluso de las confeccionadas por los turcomanos, se derivan del concepto de jardín. A pesar de que los jardines constituyeron una fuente particularmente importante para los diseños, es fácil advertir la influencia ejercida en la materia por otras actividades artesanales y por las ornamentaciones empleadas en otros medios. Tales oficios artesanales fueron la joyería y la fabricación de linternas; abundan además los ejemplos de la influencia proveniente de las tradiciones del diseño en la producción de azulejos, la cerámica y la metalistería, así como en la decoración y la forma del *mihrāb* (el nicho de las oraciones que señala la dirección de La Meca) de la mezquita. Entre los turcomanos había plateros, y la ciudad de Bujara, centro mercantil importante para ellos, contaba con una gran industria de azulejos (Eiland, 1980; Mackie y Thompson, 1980, 21). Además del jardín, que pudo haber representado una interpretación popular local de la tradición real del diseño, la joyería femenina parece haber constituido una fuente muy fértil de motivos para el tejido tribal turcomano. Ahora bien, en el campo de la tapicería estos motivos adquirieron una vida propia. Generaron una dinámica independiente de aquella en la cual se inspiraron original-

mente. Si el significado de tales símbolos no es auténtico para los tejedores que hoy los reproducen en alfombras, tampoco lo fue para los fabricantes de los tapetes de la más alta calidad de otros tiempos.

Asia central formó parte de la civilización iraní durante la Edad Media. Las ciudades de Asia central fueron básicamente ciudades persas. La sociedad turcomana estaba integrada por pastores nómadas y agricultores sedentarios, así como por mercaderes urbanos. En ninguna etapa de su desarrollo histórico queda claro qué proporción de alfombras fueron tejidas por los nómadas, ni qué proporción de ellas las financiaron mercaderes o centros políticos. Incluso los turcomanos nómadas experimentaron un importante proceso de persianización. En consecuencia, no es sorprendente que los tapetes turcomanos reproduzcan jardines estilizados con motivos geométricos, a los que suelen referirse utilizando el término persa para designar la noción de flor. La única diferencia esencial de diseño entre las alfombras destinadas a desempeñar distintas funciones reside en que, por ejemplo, los tapetes para rezar y aquéllos para colgar en las puertas son unidireccionales en lugar de simétricos; empero, el diseño básico se deriva también del concepto de jardín. En la gran tradición de la vida urbana, la idea de paraíso siempre estuvo presente. Con todo, la población analfabeta no necesariamente compartió las elaboradas concepciones concernientes al paraíso. Comprendía la estilización y simplificación de la naturaleza en el jardín persa, y representaba flores más que cualquier otro motivo de diseño. Los diferentes grupos tribales reproducían la flora de distinta manera, del mismo modo en que hablaban diversos dialectos.

Así, la alfombra turcomana parece haber estado incluida dentro de un continuo sociotecnológico: desde el centro mercantil, pasando por la aldea, hasta el campamento nómada; y dentro de un continuo cultural y simbólico: desde la perspectiva del mundo adoptada por las cortes reales de Persia, pasando por la de los agricultores sedentarios, hasta la de los pastores nómadas. En dondequiera que se ejercía el patronazgo, tal como sucedía en los centros principales de Asia central, especialmente en Bujara, los diseños se volvían más elaborados, y eran modificados y racionalizados por la élite letrada. [5] Las "flores" casi figurativas recreadas en un tipo de tapete turcomano conocido como *beshir* (término más bien local que tribal), pueden constituir el resultado de un mayor ejercicio del patronazgo en comunidades más permanentes (cfr. Köning, 1980, 201; Pinner, 1981; Vasil'eva, 1979, 560). Sin embargo, en el interior de Asia central la ideología tribal siempre fue independiente de las concepciones sostenidas en las ciudades; incluso el patronazgo urbano más expansio-

nista no pudo desarrollar ahí la magnificencia de las famosas alfombras de la realeza persa, ni expropiar el simbolismo de la actividad artesanal. Cuando se verificó la disolución de la organización tribal, como resultado de la invasión y la dominación rusas de finales del siglo XIX, se fracturó también la relación entre los tapetes y su contexto social. El eclecticismo en materia de formas que se ha desarrollado desde ese entonces obliga a los críticos, de acuerdo con sus propios términos occidentales de referencia, a negarles el emblema de la autenticidad.

La mercantilización de las alfombras

A pesar de que en diversas partes de Europa se conocían los tapetes orientales desde hace por lo menos siete siglos, no se dispuso de información precisa sobre su producción sino en un periodo muy tardío. Durante esa etapa temprana del comercio, eran considerados un tipo especial de textil y no un producto separado. Sin embargo, desde el principio las alfombras constituyeron una anomalía dentro del comercio de textiles. Por ejemplo, en la Baja Edad Media surgió una relación económica relativamente estrecha entre Anatolia e Italia, en virtud de la cual era difícil saber en qué punto de ese territorio, atravesado por una línea divisoria política y religiosa, se producía determinado textil; empero, el problema en cuestión nunca se presentó en el caso de los tapetes. En este sentido, el comercio de alfombras hace recordar el de la seda en el mundo antiguo: es probable que ninguna otra artesanía exótica haya tenido tanto éxito durante un periodo tan prolongado. Ahora bien, el tráfico de tapetes incluyó una peculiaridad adicional: el comercio de ninguna otra mercancía se ha caracterizado tanto por la falta de comunicación entre el productor, ubicado en cierta área, y el consumidor, localizado en otra.

El comercio moderno adoptó su configuración más acabada hacia finales del siglo XVIII.[6] Las alfombras comenzaron a moverse a granel a través de una cadena de conexiones económicas, cuyos puntos principales fueron Bujara, Estambul y, más tarde, Londres. Los mayoristas empezaron a clasificar la mercancía de acuerdo con sus propios fines, que combinaban el criterio de la procedencia comercial (en qué sitio se introdujo el tapete al mercado y no en qué lugar se tejió) con el de las posibilidades de venta. El desarrollo y la aplicación de tales criterios generaron un saber que, no obstante las aportaciones posteriores provenientes de la historia del arte (sobre todo del

arte islámico, pero también del chino), de las notas de los viajeros y de la escasa etnografía profesional, continúa siendo la fuente básica de información de la bibliografía en la materia.

Del mismo modo en que ha evolucionado la experiencia occidental relacionada con las alfombras, la propia naturaleza del tapete y de su comercio se han modificado gradualmente y, en épocas recientes, lo han hecho de modo creciente. En la actualidad el vínculo entre los tejedores y los comerciantes, y el lazo entre los productores y los consumidores, son mucho más cercanos, sobre todo por los cambios verificados en la economía política de la esfera de acción de estos actores sociales. Sin embargo, tal cercanía ha provocado problemas particulares de comprensión y comunicación. Hoy existe un esfuerzo consciente de parte del productor dirigido a complacer al mercado occidental. Desde el punto de vista económico, dicho esfuerzo sólo es parcialmente exitoso, y puede afirmarse que este éxito complica las dificultades en materia de comunicación. De nuevo, las razones de estas últimas son de tipo social. Se relacionan con las necesidades sociales al interior de cada sociedad, y con la percepción de que hay sociedades superiores e inferiores, la cual influye en la aprobación cultural en la apropiación cultural y en la comunicación y difusión de ideas y símbolos. En consecuencia, semejante percepción debe contextualizarse en el marco de nuestra experiencia con los objetos de estilo chinesco, japonés y oriental en general.

Nuestro interés en los tapetes orientales, así como nuestra asimilación e imitación de sus diseños, son similares al proceso que dio lugar a los objetos de estilo chinesco, esto es, la imitación de los diseños chinos característica del siglo XVIII (Jourdain y Jenyns, 1950). En tanto proceso económico, el que nos ocupa es más especializado porque se centra en una mercancía específica, la alfombra, que sigue siendo fabricada exclusivamente por los turcomanos. Empero, desde el punto de vista cultural este proceso ha suministrado una serie contagiosa de motivos que hoy día invaden nuestra vida. Con todo, la analogía con los objetos de estilo chinesco puede contribuir a explicar la creciente preocupación turcomana por adaptar su producto al mercado occidental, y el efecto de ésta en nuestros intentos de satisfacer el deseo de autenticidad.

La mayor parte de lo que sabemos sobre los turcomanos y sus tapetes data del periodo en que la expansión rusa comenzó a interferir con la independencia política turcomana, lo cual desorganizó su vida tribal.[7] De las ocho tribus turcomanas más importantes de entonces, la de los salor (a la cual se solía reconocer como descendiente del linaje más antiguo y que era la principal productora de alfombras)

sufrió en 1831 una gran derrota a manos de la dinastía de los kadyares de Persia en Sarakhs, y hoy habita en el extremo noreste de la frontera entre Irán y la república soviética de Turkmenistán. En 1871 los rusos despojaron de Khiva a los yomut. Los tekke perdieron ante los rusos la mejor porción de su territorio (Akhal, nombre con que se conoce un tipo de tapete yomut), en una serie de batallas que culminaron con la de Geok Tepe, en 1881. Marw (ahora transliterada del ruso al inglés "Mary"), su capital, de donde se deriva la actual designación mauri de la alfombras, fue usurpada del mismo modo en 1884. Desde 1870, los turcomanos han estado negociando, sólo con treguas ocasionales, con los rusos por una parte, y con los iraníes y los afganos por la otra; mientras que los iraníes y los afganos han respondido a su vez a las presiones ejercidas por los rusos y los británicos.

Lamentablemente, hasta donde pude cerciorarme ni la historia social ni la historia de la producción de alfombras durante ese periodo han sido estudiadas con detalle (ni siquiera localmente en el Turkmenistán soviético).[8] Sin embargo, ciertos aspectos importantes quedan claros. Como resultado de la disolución social provocada por la invasión soviética, gran cantidad de tapetes tuvieron como destino el norte, esto es, Rusia. Los propios turcomanos adoptaron gradualmente una mentalidad más comercial, pero dirigieron su atención hacia el sur. La mayoría de los nómadas se fueron estableciendo poco a poco (lo cual no resultaba difícil pues quizá habían elegido el nomadismo para evitar la dominación política y no para tener acceso a las mejores pasturas; véase Irons, 1975). La vida sedentaria se acompañó de una tendencia creciente a identificarse más con una comunidad especial que con la tribu, y las identidades tribales comenzaron a perder parte de su significado. Más tarde, en la década de los veinte del presente siglo, durante la sovietización del Turkmenistán, muchos turcomanos se desplazaron hacia el sur, cruzaron la frontera y arribaron al norte de Afganistán, país que había sido despoblado por hostilidades previas (N. Tapper, 1983, 233-234).

El impacto ejercido por este siglo de trastornos políticos y sociales sobre la vida cotidiana de los turcomanos, que implicó para muchos de ellos una larga serie de dislocaciones domésticas y familiares, hizo peligrar la continuidad del tejido de alfombras turcomanas. Al parecer, en la mayor parte de las comunidades la actividad se suspendió hacia finales de la década de los treinta. Con base en el mejoramiento de las tendencias políticas y económicas experimentadas al cabo de la segunda guerra mundial, esta tradición se rescató y reanimó, sobre todo en los años sesenta (en las fábricas gubernamentales del territorio soviético y en algunas aldeas del

territorio afgano). La organización de la producción en las fábricas soviéticas enfatiza la cantidad y no la calidad, y se ubica en el extremo relativamente barato de la escala de la producción prevaleciente a través de la franja fronteriza. En el noroeste de Afganistán unas cuantas comunidades turcomanas han reconstruido sus tradiciones familiares y desarrollado una industria doméstica de buena calidad (que, sin embargo, quizá no sobreviva a los actuales problemas políticos y sociales). Algunos habitantes de tales comunidades se han asentado en Herat y obtenido beneficios de la existencia en esa ciudad de una industria de tapetes, pertenecientes a la tradición urbana persa. Por último, y posiblemente guiados por el ejemplo soviético, ciertos mercaderes turcomanos prósperos comenzaron a establecer pequeñas fábricas en el norte de Afganistán, durante la década de los sesenta. En ellas se reunió a hombres y niños para que confeccionaran alfombras baratas, dirigidas de modo específico al mercado occidental; al respecto, un objetivo muy importante era el de suscribir contratos directos con los comerciantes de Occidente. Este movimiento se expandió con rapidez a la capital Kabul. Después del periodo de sequía de la estepa desértica, que no resultó tan devastador en la porción centro-occidental de Afganistán, los turcomanos emprendedores empezaron a contratar a los huérfanos y refugiados, y los enseñaron a tejer. Cualquiera que sea el futuro político de Afganistán, es factible la expansión de estas fábricas, debido a la improbabilidad de que se contrarresten las actuales tendencias sociales hacia la modernización. Cabe señalar que la sequía no sólo provocó la circulación de bienes por largo tiempo almacenados (que fueron vendidos con fines de supervivencia), sino también el incremento de la producción de tapetes de escasa calidad.

Este establecimiento tardío de un vínculo casi directo entre el productor y el consumidor, aunque todavía sea inseguro y se ubique en el extremo inferior del mercado, constituye el resultado lógico de un proceso que se inició hace varios siglos. Los comerciantes penetraron en la sociedad turcomana en un periodo temprano. Según el geógrafo árabe Ibn Sa'id, las alfombras turcomanas se exportaban a todos los países en el siglo XIII (véase Barthold, 1962, 130, quien considera que no obstante que la referencia se relaciona con los turcomanos de Asia Menor, éstos deben haber llevado consigo el oficio en cuestión desde Asia central). Esta información sugiere que, a pesar de la imposibilidad de fijar con certeza una fecha previa al siglo XVIII (Thompson, 1980), los tapetes turcomanos se derivan de una tradición que se remonta por lo menos al siglo XI, época en que

estos objetos y sus creadores ingresaron a la historia del Oriente Medio y del Islam. Ya hemos afirmado que esa tradición no es ni social ni económicamente homogénea, pues abarca a las alfombras provenientes de campamentos nómadas, asentamientos aislados, poblaciones próximas a centros mercantiles, y, tal vez, unidades de producción ubicadas dentro de ciudades. Cada uno de estos tipos sociales de unidades productivas, estrechamente unidos desde el punto de vista cultural y que utilizaban motivos similares de diseños, fueron infiltrados en distinta medida por los comerciantes y mercaderes, quienes ejercieron diferentes grados de influencia sobre la naturaleza y la calidad del producto final.

Exactamente la misma situación prevalece en el momento actual. Sin embargo, las alfombras modernas, no obstante la fineza del tejido, se distinguen de modo inmediato de las antiguas (por ejemplo, de las confeccionadas antes de la batalla de Geok Tepe), debido a que los diseños y algunos otros rasgos, aunque aún pueden identificarse como turcomanos, han cambiado. Independientemente de cuál haya sido la relación entre el diseño y la identidad tribal, el tejedor actual ya no reproduce los motivos antiguos. Más bien modifica los motivos originales por él conocidos, con base en lo que considera tendrá aceptación en los mercados del extranjero (cfr. Silver, 1981). Este cambio de orientación ha conducido a modificaciones muy evidentes en materia de las dimensiones de las alfombras, el tamaño y la combinación de los motivos, y la elección de los colores. En el presente la producción total incluye la misma gama de calidad de siempre. Las variaciones se localizan en la distribución, y en la relación entre el tejedor y el comerciante.

Se están fabricando muchos más tapetes de calidad media e inferior destinados al mercado, pues no sólo la sociedad turcomana se ha reorganizado por completo, sino que también los modelos de patronazgo y financiamiento de la producción de alfombras, que habían influido en la exportación de estos bienes, se han transformado como consecuencia de los cambios del orden económico mundial, verificados desde el surgimiento del colonialismo hasta el inicio de la modernización. La diferencia más evidente entre las alfombras actuales y las confeccionadas en el pasado, reside en la pérdida de la coacción que ejercían las antiguas asociaciones tribales o locales en la innovación de los diseños. Esta evolución es la que se halla en la base del asunto de la autenticidad, el cual retomaremos en los párrafos finales del presente capítulo. Por las razones mencionadas, entre otras, han ocurrido cambios complejos en la esfera del comercio. Hoy día, tales modificaciones incluyen la competencia entre los tapetes actuales (cuyo precio se fija con base en el costo de la mano de obra y los

materiales) y los antiguos y, en Occidente, entre ambos y los hechos a máquina. El problema de fijar el precio se ha complicado por la renovada utilización de la seda (una materia prima más cara que la lana, pero más fácil de usar en la urdimbre) y la producción fabril, que incrementa la cantidad sacrificando la calidad. Sin embargo, estos cambios tecnológicos no constituyen necesariamente innovaciones, pues cierto tipo de producción fabril en las alfombras confeccionadas a mano y un empleo significativo de la seda parecen haber sido recursos ya conocidos o utilizados en periodos previos.

A pesar de la carencia de información histórica detallada, estas modificaciones sociales y económicas pueden reconstruirse con relativa certeza. Empero, ¿qué sucede con los cambios en los diseños? ¿Cuál era la relación entre los motivos y la tejedora (quien trabajaba básicamente en su hogar), y cuál es la relación entre aquéllos y el tejedor (quien presta sus servicios en una fábrica)? ¿Se ha modificado dicha relación? Si la respuesta es afirmativa, ¿semejante cambio ha dependido de las transformaciones del contexto social? ¿Los motivos solían tener el mismo significado para el tejedor, el diseñador (quien pudo haber sido el propio artesano, o alguien que socialmente se hallaba cercano o alejado de él y que financiaba los materiales y, quizá, también la mano de obra), el consumidor y, más tarde, el crítico? En el caso de que el diseño hubiese funcionado originalmente en el plano filosófico de, por ejemplo, la concepción del paraíso, en armonía con los símbolos provenientes de las tradiciones china o islámica, o de ambas, ¿el tejedor analfabeto lo comprendía como tal? Si admitimos que diferentes artesanos trabajaban a distintas distancias (tanto culturales como sociales) de cualquier teología racionalizada, ¿qué otorgó cohesión a esta tradición, facilitando su coherencia e identidad continuas a lo largo de tantos siglos?

Para recapitular lo argumentado hasta ahora y responder a tales interrogantes, podemos afirmar que, durante los últimos mil años, la sociedad turcomana ha incluido a una población diversa en términos sociales desde la del mercado urbano hasta la del campamento nómada: ha sido simultáneamente comercial, agrícola y pastoral; tribal y campesina; nómada y sedentaria. Algunos sectores de la sociedad turcomana tienen incluso un origen étnico diferente (Irons, 1975). En una sociedad simple, aunque étnicamente heterogénea, todos sus miembros utilizan básicamente los mismos conceptos, el mismo vocabulario de palabras y símbolos visuales. Sin embargo, en el caso que nos ocupa la diversidad social significa que los individuos interpretaban esos símbolos de modo distinto, de acuerdo con las diferencias sociales y personales, *especialmente* —para citar un ejemplo extre-

mo— la concepción nómada de la naturaleza y el espacio, la cual los condujo a reunir de distinta manera sus pensamientos y a manipular de forma desemejante los símbolos, con respecto a los aldeanos y los pobladores urbanos. Estas condiciones provocaron una gama de usos diferentes de símbolos relacionados, lo que debió experimentar variaciones a lo largo de la historia del tejido turcomano. Sin embargo, el mercado integró tales símbolos mediante su reunión en un solo género mercantil.

En el mundo occidental, el alfombrismo parece surgir durante la misma generación que produjo el tapete confeccionado a máquina. Aunque este desarrollo no sorprende, sugiere en cambio que, hasta ese momento, el interés occidental en la alfombra oriental se había centrado más en el diseño que en la artesanía, y que ese énfasis se modificó cuando la manufactura nativa cedió su puesto a la revolución industrial. Una vez iniciado, dicho proceso se expandió con rapidez, provocando el surgimiento de la cuestión de la autenticidad. Mumford (1900) refiere el envío anual de miles de tapetes con diseños de Bujara hacia Estados Unidos. A pesar de que las alfombras Axminster hechas a mano, entre otras, abrieron el mercado a mediados del siglo XVIII, suministrando quizá por primera vez a Occidente un tapiz especialmente diseñado para cubrir el suelo, no fue sino hasta un siglo más tarde (con base en el telar inventado por Jacquard), que los tapetes se convirtieron en una mercancía asequible para todo el que pudiera pagar su precio. El nuevo mercado se estratificó rápidamente. Los coleccionistas se ubicaron a la cabeza de éste y, en compleja combinación con los comerciantes de los que dependían para realizar sus adquisiciones, fijaron los valores prevalecientes en el mercado. Ejemplos de estos últimos pueden hallarse en Bogolubow, 1908-1909; Martin, 1908; Pope, 1926; Sarre y Trenkwald, 1926-1929, y en la Society for Textil Art Research, 1983. Los valores en cuestión no han sido constantes. El mercado aún es jerárquico: las alfombras antiguas son las más caras y, entre ellas, las turcomanas alcanzan los precios más elevados. Sin embargo, esa posición encumbrada se ha expandido continuamente, en especial desde la década de los cincuenta. Las adiciones más recientes al respetable repertorio de los coleccionistas son diversos tipos de tapetes tribales provenientes de Irán y Afganistán, a los que antes no se había prestado atención. Al respecto, los baluchis y las alfombras tribales del sur de Persia constituyen dos ejemplos. La justificación para incluir por primera ocasión estas producciones rústicas exclusivas, tiene que ser muy diferente de la que resulta válida para los tapetes clásicos turcomanos. Dado el gran espacio existente en la cima de la sociedad moderna,

¿consiste simplemente en que la jerarquía de los bienes debe reorganizarse, a fin de suministrar suficientes *objetos* de primera clase a las personas ubicadas en la cúspide?

LA AUTENTICIDAD DE LAS MERCANCÍAS

Una vez examinadas las evidencias relativas a la importancia de las alfombras en la vida turcomana en general y en ciertos sectores de la sociedad occidental, podemos retomar el asunto de cómo se determina la autenticidad de tales bienes. Hasta ahora, el análisis sugiere que enfrentamos no uno, sino dos interrogantes: a) ¿qué es en realidad la autenticidad?, y b) ¿por qué es tan importante la autenticidad para algunos de nosotros?

La naturaleza escurridiza de la autenticidad

¿Se han modificado nuestros estándares de autenticidad? ¿Por qué en la actualidad interesa más que antes una amplia gama de alfombras? ¿Acaso se ha incrementado nuestro conocimiento en la materia? ¿O, quizá, no sabemos objetivamente qué buscamos?

A pesar de que ciertos atributos materiales objetivos parecen involucrados en la definición de la autenticidad, ésta no puede explicarse mediante la sola referencia a aquéllos. Asimismo, la definición da lugar a interpretaciones subjetivas. Empero, existen al respecto otras preguntas. ¿Cómo explicamos la elección de los atributos objetivos (dado que éstos no pueden ser dilucidados como criterios de calidad)? Y, puesto que cada persona en busca de la autenticidad no toma su decisión de manera totalmente aislada, ¿cuál es el mecanismo social utilizado para negociar y renegociar el valor de las diferentes interpretaciones de la autenticidad? Ahora tenemos cuatro interrogantes básicos que se relacionan con: a) los atributos objetivos de la autenticidad en los tapetes orientales; b) nuestra valoración subjetiva de tales atributos; c) la elección cultural compartida con respecto a dónde buscar la autenticidad (es decir, ¿por qué nos interesan las alfombras?), y d) el mecanismo social de negociación de la autenticidad, en el cual todos participamos en cierto grado. La interrelación de las respuestas a estas preguntas presenta un dilema kantiano: si los criterios, la elección, y la negociación son genuinamente independientes, ¿cómo coinciden? Este tipo de dilema se halla en la base de toda la antropología. En tanto paso destinado a la solución del

problema, examinaré por separado cada pregunta, apoyándome en lo posible en Kant y los estudiosos del pensamiento de este filósofo.

En este punto retomaremos un argumento ya explicitado. El marco cuádruple de la experiencia —natural, social, cultural y tecnológica— que condiciona la producción de los tejedores individuales, condiciona también la recepción de sus productos. Para empezar, el mundo físico y material suministra la base, el contexto, y los medios de la experiencia humana, y buscamos la autenticidad en los objetos materiales de acuerdo con atributos objetivos. Sin embargo, el mundo material carece de distinciones y definiciones inequívocas; éstas provienen de nuestra conceptualización y racionalización. Por tanto, aplicar criterios de autenticidad es un asunto complejo y depende de la negociación entablada entre nosotros mismos. Tal negociación es interminable, pues las situaciones sociales se hallan en cierta medida en un flujo continuo. Además, más allá de las necesidades físicas inmediatas, los individuos suelen decir lo que quieren según determinados valores culturales (compartidos), históricamente dados pero socialmente renegociables. Ahí donde varios valores son relevantes para una situación particular, es necesario elegir entre ellos o dar prioridad a uno sobre el resto. Tal elección u ordenamiento también está sujeto a la negociación social. Tanto los valores como las elecciones experimentan la influencia de los factores naturales y económicos de la producción, y de la continuidad histórica de la experiencia. Con todo, los procesos naturales, económicos, culturales y sociales se desarrollan históricamente, de acuerdo con una dinámica particular. La tecnología del tejido, en tanto una tradición de la praxis, también posee su propia dinámica. Un tratamiento satisfactorio de la autenticidad debe interrelacionar estas numerosas dinámicas para acceder a una definición que no sólo sea una ficción social o cultural, relativa e irreal, sino un elemento constitutivo de nuestro proceso continuo de compromiso entre las diversas dimensiones —psicológica, cultural, social, tecnológica y natural— de nuestra experiencia.

Los atributos objetivos. Comenzaremos con una revisión de los atributos objetivos. La idea de que una alfombra auténtica es esencialmente aquélla en la cual la tejedora reprodujo sus símbolos, no pasa la prueba ni del análisis histórico ni del examen cultural. Carecemos de razones sólidas para creer que alguna vez existió una cultura turcomana integrada en tanto totalidad sistemática, en la que las mujeres tribales trasladaran de modo consciente sus problemas reli-

giosos a la labor artesanal cotidiana. En los productos disponibles es fácil mostrar, por ejemplo, que el número de nudos contenidos en una pulgada cuadrada de tapete no siempre coincide con la calidad ni constituye un indicio confiable de autenticidad; que los pigmentos vegetales no suelen ser distinguibles visualmente de los colorantes químicos y, hasta hace muy poco tiempo, no se diferenciaban con certidumbre incluso por medio del análisis químico (Whiting, 1978); que los valores que atribuimos a la procedencia se han modificado y tienden a continuar variando. Quizá, nuestro interés en la artesanía haya surgido en cierta etapa de la revolución industrial. Hasta la mecanización del tejido de alfombras, verificada en Occidente a mediados del siglo XIX, los tapetes orientales eran importantes en cuanto textiles exóticos —respecto de los cuales no existía un equivalente occidental—, y una vez asimilados culturalmente y reconocidos como exóticos tenían valor en virtud de su diseño y no de su utilidad. Sin embargo, a partir de ese periodo el hecho de que estuvieran confeccionados a mano se convirtió en una característica relevante; conforme la artesanía quedaba envuelta gradualmente por la economía mundial, la supervivencia de relaciones tradicionales de producción se volvió otro rasgo significativo: la alfombra era un artículo exótico fabricado con base en su propio proceso exótico de producción y según sus propias finalidades exóticas. Ambos factores hicieron que el tapete oriental fuese irreductiblemente diferente de cualquier bien occidental, y dichos factores empezaron a ser vinculados, aunque no identificados, con la antigüedad, en tanto medida tangible de la autenticidad. Los criterios mínimos de ésta son objetivos y razonablemente explícitos, pero a menudo caemos en el hábito de reducirlos de modo irreflexivo a algo menos tangible y, por tanto, relativo. Por ejemplo, pasamos de la antigüedad a la antigüedad relativa. Al mismo tiempo, desarrollamos con detalle algunos criterios, sin considerar siquiera otros. Por ejemplo, la antigüedad confiere una aura al objeto elegido (cfr. Benjamin, 1969,221; Shils, 1981, 75).

Los criterios subjetivos. Todos estos atributos se relacionan con la distancia, sobre todo con la interpretación de la distancia cultural en términos de espacio y tiempo de una situación social a otra (véase Benjamin, 1969,222) Cualquier reducción de esa distancia amenaza la autenticidad. En 1908, en su trabajo intitulado *A History of Oriental Carpets Before 1800*, el estudioso sueco F. R. Martin incluye un ejemplo interesante. A propósito de la alfombras Kirman, refiere lo siguiente:

> Estos tapetes se ajustan al gusto europeo. Cualquiera que haya prestado cierta atención a las alfombras sabe que las Kirman son las más firmemente anudadas y que su técnica es la óptima entre todas las utilizadas hoy día en Persia. Es improbable que la demanda europea haya creado esta técnica superior; de hecho, ésta ha existido desde tiempos antiguos y ha sido trasplantada con tal solidez que los europeos no han podido destruirla, pues en su base se halla la utilización de una lana de excelente calidad y la costumbre de los tejedores, heredada de sus antepasados, de confeccionar un producto bueno y perdurable. En esas regiones montañosas, los artesanos aún no practican la consigna de "el tiempo es oro". (1908,76)

Desde luego si las alfombras orientales no se hubiesen adecuado al gusto europeo, los europeos no habrían estado tan interesados en ellas. ¿Cuál es entonces el sentido de que un autor importante considere que, a principios de este siglo (e incluso antes), algunos productores se "estaban ajustando al gusto europeo"? Sin duda, Martin está haciendo una distinción entre su propio gusto y el de los otros, quienes no están familiarizados con los diseños tradicionales. Siempre y cuando se acepte que el autor es un maestro en materia de gusto, él puede emplear este argumento para reforzar su posición social (véase García Canclini, 1979). Empero, más allá de su elitismo, esa afirmación implica que la autenticidad es vista como algo que: a) constituye una medida de calidad; b) requiere de un conocimiento especial para ser reconocida; c) no reside en la alfombra en sí misma, sino en la relación entre el tapete y el tejedor, y d) tiende a convertirse en una rareza con el paso del tiempo. Ahora bien, si la autenticidad descansa en la distancia cultural, ¿cómo se determina dicha distancia y por qué tiene ésta una importancia similar a la de los atributos objetivos?

La elección cultural. A pesar de que existen criterios objetivos para determinar la autenticidad, y de que un indicio fundamental de tales criterios es la distancia cultural, buscamos la autenticidad de acuerdo con *nuestros* conceptos culturales y no con los *del otro*. La autenticidad es nuestra elección cultural.

Las sociedades occidentales muestran un interés cultural permanente en el otro. Algo semejante puede ser común a todas las sociedades. De hecho, en Occidente, este interés adopta diversas formas, una de las cuales está representada por nuestro interés en la alfombras orientales. La búsqueda de la diferencia constituye un rasgo familiar de nuestras tradiciones intelectuales y artísticas, y data de un periodo previo al surgimiento del asunto de la autenticidad tal como se manifiesta hoy día.

Tanto el clasicismo como el romanticismo se caracterizan por el rechazo al lugar común. De una u otra manera, la orientalización se inició con la alfarería griega, continuó en el gusto romano por los textiles y se renovó con la experiencia de las Cruzadas. El orientalismo, el interés *académico* en el otro, se institucionalizó en las universidades durante el siglo XVII. Con todo, un nuevo fenómeno emergió cuando este mismo interés, mediante el estímulo brindado por la expansión económica, dio lugar al estilo chinesco del siglo XVIII y, más tarde (con base en la apertura del Japón en 1860), al japonismo. Incluso antes de que comenzaran a experimentarse los efectos de la revolución industrial, las cantidades de mercancías decorativas exóticas se habían incrementado como nunca antes (Honour, 1961; Impey, 1977; Wichman, 1981).

Otro cambio tuvo lugar a partir de la expansión comercial de Occidente más allá de Asia, esto es, en África y las costas del Pacífico. Los nuevos otros analfabetos poblaron nuestra conciencia durante la segunda mitad del siglo pasado. Nuestra respuesta incluyó a la antropología, en la esfera de la academia, y al primitivismo, en el campo del arte. El primitivismo (Goldwater, 1938) constituyó una segunda encarnación del romanticismo correspondiente a un otro diferente, pues nuestra relación con el resto del mundo se había modificado. Asimismo, las diferencias entre primitivismo y romanticismo en el arte quedan aclaradas si se considera que entre uno y otro movimiento nuestra sociedad experimentó variaciones.

En virtud de que la naturaleza de nuestra sociedad y la de nuestras ideas en general cambiaron radicalmente durante ese periodo, vale la pena destacar que nuestro interés en la diferencia permaneció inalterable. Sólo se modificó la naturaleza de ese interés. Un aspecto importante del cambio social fue el surgimiento de la cuestión de la autenticidad. En el siglo XVI este término quería decir "sinceridad". Hacia finales del siglo XIX adoptó su significado moderno, pero aún no tenía la relevancia que posee en la actualidad (Trilling, 1971). En los últimos años del siglo pasado, se estableció en nuestras universidades la disciplina académica de la antropología; esta última y el psicoanálisis guiaron la búsqueda científica de la autenticidad, más allá de nuestras fronteras sociales y dentro de nosotros mismos (Foucault, 1976).

Junto con esos cambios ocurrió el ascenso de las mercancías y, de modo gradual, la producción de significados en la sociedad occidental se ligó al consumo mercantil (Brenkman, 1979,103). Empero, debido a su interés en la distancia cultural, los antropólogos se interesaron muy lentamente en el significado de las mercancías. En tanto productos de nuestra propia sociedad, las mercancías fueron abandonadas al estudio de los economistas, quienes naturalmente las consideraron

desde el punto de vista de su valor de cambio. Desde luego, esto ocurrió poco antes del esclarecimiento de su valor social, análisis iniciado significativamente con el trabajo de Marx. Sin embargo, fueron los semiólogos quienes plantearon la cuestión de los valores simbólicos de los productos mercantiles y demostraron qué tan esenciales son dichos valores. Esta postura ha sido particularmente bien formulada por Rossi-Landi (1973,626) quien, basándose en Marx, enfatiza la resingularización de la mercancía promedio:

> Una mercancía no llega al mercado por sí sola; necesita que alguien la venda, y no se vende hasta el momento en que alguien la compre, esto es, hasta el momento en que se acepte a cambio de dinero (o a cambio de otra mercancía, en el caso del trueque). Un producto no se transforma por sí mismo en mercancía, tal como lo hace la oruga que se convierte en mariposa; dicha transformación tiene lugar, porque existen hombres que lo colocan dentro de una relación significativa. Y cuando una mercancía es utilizada para satisfacer una necesidad, esto significa que su naturaleza en tanto mercancía se ha, por así decirlo, anulado u olvidado.

Las alfombras suministran un ejemplo excelente de una mercancía utilitaria ajena que constituye simultáneamente un mensaje complejo en el mundo occidental. El tapete auténtico combina en sí mismo las propiedades de objeto útil, objeto mercantil y objeto dotado de un significado exótico. ¿Cómo diferenciamos tales mercancías? Sin duda, la antigüedad o, por lo menos, la continuidad de la tradición productiva, constituyen factores importantes. Las distinguimos de acuerdo con valores que creamos en el pasado, en este caso en el pasado de la mercancía, porque tenemos una necesidad social de orden y hallamos más orden en el pasado que en el presente. Nos resulta más sencillo imponer orden en el pasado, a pesar de que dicho orden deba ser renegociado continuamente por todos los interesados en él (Appadurai, 1981).

El mecanismo social. El proceso de diferenciación, que nunca está dado de una vez por todas, tiene sentido si lo concebimos como un proceso continuo de negociación, en un terreno social que está escasamente definido y en relación con objetivos sociales ante los que mostramos gran ambigüedad. Usamos nuestros propios conceptos para identificar aspectos de interés cultural en la sociedad del otro y, luego, negociamos el alcance de dicho interés de acuerdo con nuestras propias posiciones sociales. Al elaborar procedimientos para distinguir las diferentes alfombras y dar prioridad a unas sobre otras,

formulamos enunciados sociales relativos a la forma en que nos vemos a nosotros mismos y, por implicación, al modo en que vemos a los otros, quienes efectúan elecciones diferentes.

No obstante, tanto nuestros valores como nuestras elecciones experimentan la influencia del abasto de tapetes. Durante los últimos cien años el suministro de alfombras, la gama de tapetes comercializados y el número de coleccionistas se han incrementado a un ritmo acelerado. Conforme se modifica el contexto material y social de nuestro interés, debemos llevar a cabo y de manera constante todo tipo de elecciones, a fin de mantener la continuidad de la identidad o, como Peckham la denomina, "la estabilidad de la persona" (1979, 253-254).

La autenticidad es la conceptualización de una legitimidad escurridiza, inadecuadamente definida y socialmente ordenada. Debido a nuestra expansión social, la necesitamos cada vez más y ha sido menester modificar nuestros criterios, con objeto de continuar satisfaciendo nuestros requerimientos. ¿Cómo sucede esto? El problema es similar al enfrentado por quienes conciben el proceso de la moda según lo que se denomina las industrias culturales (por ejemplo, las del libro, el disco y el cine). Estos estudiosos emplean el concepto de "portero", para describir la concentración social de la toma de decisiones en materia de cambios importantes (véase por ejemplo Hirsch, 1972). A pesar de que una buena parte del presente capítulo se ha destinado a mostrar cuán diferente es la relación entre el productor de alfombras y el consumidor con respecto a la situación prevaleciente en tales industrias, existe una concentración social semejante en los comerciantes y los coleccionistas, cuyas inversiones de fondos les otorgan el poder para guiar la opinión y manejar los secretos cambiantes de la autenticidad en nombre de los otros.

La necesidad de autenticidad

Si es cierto que ninguna combinación de criterios objetivos puede explicar nuestra preocupación por la autenticidad, debemos indagar entonces en nosotros mismos y preguntar por qué la necesitamos. En apariencia, el concepto de autenticidad pertenece a la sociedad industrial (y aún más a la posindustrial). Esto no es resultado de las implicaciones sociales directas de la tecnología industrial, sino de la escala social concomitante, de la plétora de objetos y categorías de objetos que aquélla genera para nuestro consumo y, lo que es más importante, del proceso cultural creado por tales objetos. Si esta

interpretación es válida, entonces la autenticidad (tal como la entendemos en la actualidad) se convierte en un problema en una etapa particular de nuestra evolución social: con la aparición de mercancías producidas mecánicamente, comenzamos a distinguir entre el significado social de la artesanía y el de la fabricación mecánica, y entre la unicidad y la fácil sustitución. Este proceso ha sido examinado desde diferentes puntos de vista por Benjamín (1969), Berman (1970), MacCannell (1976) y Trilling (1971), entre otros. En tanto uno de los aspectos del proceso en cuestión, la autenticidad se volvió la consigna del existencialismo (Barrett, 1958). La autenticidad es una forma de discriminación cultural proyectada en objetos; empero, no es inherente a las cosas, sino que se deriva de nuestro interés en ellas. Al rastrearla los individuos usan mercancías para expresarse a sí mismos, y establecer puntos de seguridad y orden dentro de la amorfa sociedad moderna. Sin embargo, la relación entre la búsqueda interior de la autenticidad en la persona y su búsqueda externa en objetos cuidadosamente seleccionados, ha recibido una atención mínima. Quizá, a pesar de que sabemos mucho sobre el fetichismo, aún no tenemos la suficiente conciencia de la gama, la variedad y la mecánica de numerosos procesos fetichistas de la sociedad moderna (Douglas e Isherwood, 1978).

La autenticidad funciona en el terreno conformado por a) la oferta, y b) las concepciones occidentales sobre el otro; este terreno está constituido por la intersección de las dimensiones social y cultural de nuestra vida. En el contexto moderno, se ha convertido cada vez más en un problema, debido a una experiencia social de complejidad siempre creciente. La complejidad reside en el número y los tipos de interacción en los que debemos participar en el marco de una sociedad que no sólo aumenta firmemente de tamaño, sino que también añade nuevos medios de interacción (frontales, burocráticos y electrónicos). Conforme se incrementa la complejidad, el orden social se vuelve menos restringente. Existe una mayor necesidad de elegir, y se otorga libre curso a la exigencia individual de expresar la personalidad. Sin embargo, la individualidad se manifiesta mediante la elección en el mundo material; se utilizan objetos para hacer declaraciones personales, para decir algo acerca de quién está en relación con los otros. Aunque se formule a través de objetos, la autenticidad conlleva implicaciones sobre la persona. Los tapetes (entre otros bienes) turcomanos (así como otras alfombras orientales) se emplean para negociar no sólo el estatus social relativo, sino también la calidad de la personalidad (esto es, la forma en que debemos ser comprendidos y apreciados en tanto individuos por los

otros), y dicha negociación se verifica en una escala que sólo es importante para el sentido individual de la identidad social, y no para la estructura de la sociedad en su conjunto.

La sociedad occidental es el ejemplo extremo de una sociedad compleja, única en su tipo. Conduce el curso de la información y fija su sello cultural en ella; en la medida en que cada vez más partes del mundo son envueltas por la red informativa de la sociedad occidental moderna, aquéllas se vuelven apéndices culturales de ésta. La autenticidad podría determinarse de modo diferente en una cultura distinta; empero, es factible suponer que la autenticidad se convertiría en un problema de esta clase (desemejante del tipo de dificultad que plantearía en una sociedad menos compleja, como la turcomana) en cualquier situación humana que alcanzara este estadio de complejidad social. Tendemos a olvidar que la evolución cultural es un proceso completamente diferente de la evolución social, y que no está vinculada de manera directa a la complejidad social (Wallace, 1961). La cultura se desarrolla por medio de tradiciones que en teoría pueden ser ilimitadas desde el punto de vista numérico; mientras que las formas de la vida social están directamente relacionadas con la cantidad de interacciones personales, y fundamentadas en un número limitado de patrones básicos de asociación. Por consiguiente, al tratar de comprender la experiencia humana, enfrentamos una diversidad cultural aparentemente infinita, y una diversidad social relativamente mucho menos extensa y limitada.

El concepto de autenticidad facilita el desarrollo de nuestro individualismo en la vida cotidiana. Es un elemento constitutivo de la dimensión cultural de nuestra experiencia multidimensional, respecto de la cual los recursos naturales, la producción económica, la cantidad de personas y las estructuras de la interacción social representan las otras dimensiones más inmediatas. Sin embargo, de acuerdo con Kant, nuestra vida se despliega en una dialéctica continua entre la sociabilidad y el egoísmo, o entre la necesidad de pertenencia y seguridad y la necesidad de expresar nuestra individualidad. La sociedad, que funciona dentro de un marco cultural particular, suministra el orden indispensable, pero lo hace sacrificando o inhibiendo la expresión de la personalidad. Ahora bien, siempre hay un espacio libre para las maniobras. Por una parte, éstas generan un proceso dialéctico entre la necesidad individual de pertenecer a algo ordenado con seguridad y, por otra, de contar con libertad suficiente para manifestar la personalidad. Ambas clases de necesidad se evidencian en nuestra preocupación por la autenticidad pero, en virtud de las modalidades complejas y variables de la sociedad moderna, las segun-

das son en general más sobrias. En consecuencia, la respuesta a la pregunta que versa sobre la causa de nuestra exigencia de autenticidad descansa en nuestra evolución social.

Una alfombra oriental es un objeto que nosotros no sólo usamos, sino que también disfrutamos y del cual nos sentimos orgullosos. Desde luego, todo ello es aplicable al caso de los propios turcomanos. Sin embargo, a éstos no les interesa la autenticidad de sus tapetes, quizá porque son socialmente diferentes de nosotros. A pesar de que la sociedad turcomana se ha diversificado en el pasado reciente, no se aproxima aún al grado de diversidad alcanzado por la sociedad occidental. Lo que resulta válido para los turcomanos en materia de alfombras, lo es para todos los turcomanos. Sin embargo, lo que resulta válido para nosotros en materia de tapetes, sólo lo es para algunos de nosotros, a saber, para quienes hemos elegido interesarnos en ellos. Las razones por las que no todos nosotros hemos seleccionado dicho interés, son más bien de tipo social que cultural. Desde el punto de vista social, durante la confección de alfombras los turcomanos expresan su identidad en tanto miembros de un grupo particular de la sociedad turcomana. Ahora bien, en virtud de la complejidad de la sociedad occidental, nuestras causas se relacionan más con la identidad personal que con la grupal (fenómeno más acentuado en la actualidad que hace cien o, incluso, cincuenta años). Estos motivos aún tienen que ver con nuestro deseo de que se nos identifique como miembros de un grupo o más bien, de una categoría de personas; empero, se relaciona sobre todo con nuestro deseo de manifestar de modo distintivo nuestro ser individual, frente a los otros miembros del grupo o de la categoría en cuestión.

En este punto podemos examinar la contraparte del fenómeno. Los turcomanos necesitan también la autenticidad, pero la buscan de una manera diferente, debido a su distinta condición social (cfr. Douglas, 1978). Al mismo tiempo, a ellos les afecta nuestra búsqueda de autenticidad en sus alfombras. Vale la pena destacar que nosotros tendemos a buscar la autenticidad en sociedades dependientes desde el punto de vista económico. ¿Existe una relación entre los procesos de uso cultural de las formas ajenas y los de la dominación social? Tal vez cuanto mayor sea la dependencia de la otra sociedad, resulta más desesperada nuestra búsqueda en ella de autenticidad. Esta última es escurridiza porque se proyecta no sólo fuera de nosotros mismos, sino también fuera de nuestro ser social, de nuestra sociedad —del mismo modo en que el tribalismo totémico fija su identidad en la tribu mediante la referencia simbólica a algo que se halla fuera de ésta, en la naturaleza—. El concepto es resultado de la interacción entre

nosotros (los dominantes) y ellos (los dependientes), y se vuelve más importante a medida que la brecha se amplía, debido en parte a que cada vez más nos apropiamos de la dimensión simbólica de la vida prevaleciente en la otra sociedad, inhibiendo la simbolización indígena que genera la autenticidad buscada por nosotros. En consecuencia, nuestra búsqueda de autenticidad se ve continuamente frustrada por los propios individuos entre los que la rastreamos. Cuanto más revelemos nuestra necesidad de autenticidad a los turcomanos, éstos habrán de frustrar más nuestra búsqueda, al incluir adaptaciones en sus mercancías que ellos consideran que habrán de ser de nuestro agrado.[9]

¿Cómo afectan a los turcomanos los cambios verificados en la sociedad importadora (el incremento acelerado de la complejidad social en Occidente y el surgimiento del concepto de autenticidad)? Ignoramos el periodo durante el cual algunos turcomanos (financieros y productores, más que meros tejedores domésticos) se volvieron conscientes de que una cantidad poco despreciable de alfombras turcomanas estaban siendo extraídas por la economía externa y, por tanto, comenzaron a interesarse en confeccionar tapetes dirigidos a la exportación. A pequeña escala, este proceso debió ocurrir mucho antes del siglo pasado. Desde entonces los turcomanos empezaron a desarrollar ideas con respecto a los gustos de sus clientes potenciales, y a modificar su producción en conformidad con tales nociones.

¿Cómo empezó el tejedor turcomano a concebir a esos otros que se interesaban en su mercancía? Lamentablemente, sólo podemos hacer conjeturas. Sin embargo, es útil recordar que existe una tendencia común a concebir al otro —aunque sólo forme parte del proceso cognoscitivo de intensificación de la propia concepción de uno mismo—, y a concebirlo como alguien esencialmente diferente de uno mismo, en lugar de indagar quién es en realidad según una coherencia interna con otra forma de vida. Podemos suponer que los turcomanos simplificaron su esfuerzo en la tarea de concebirnos a nosotros y a nuestras necesidades, tal como lo hicimos con respecto a ellos (Ben-Amos, 1976; Southall, 1961,29). De manera natural tendemos a construir estereotipos del otro y la aplicación turcomana de éstos provoca discrepancias en el diseño de las alfombras, las cuales tanto frustran como satisfacen nuestra búsqueda de autenticidad.

Al principio los turcomanos desarrollaron un interés en nuestros gustos, lo que condujo a una concepción muy simplificada de ellos: cada elemento de su concepción lo construyen en forma distintiva los elementos de nuestro propio gusto, en lugar de integrarlos en un todo coherente. Este tipo de proceso en el arte del Cuarto Mundo ha sido

examinado por Graburn (1969, 1976, 1982), bajo la denominación de arte para turistas, y por Kubler (1961), en relación con las formas artísticas nativas de Mesoamérica. La mayor parte de las alfombras turcomanas modernas, sin duda las mejores, no experimentan en realidad los mismos problemas (desde el punto de vista occidental) de yuxtaposición de elementos discordantes, que resultan familiares para nosotros en el caso del arte turístico, debido quizá a que la sociedad turcomana de Afganistán (la fuente básica de tapetes turcomanos desde la década de los cincuenta) aún no se ha desintegrado socialmente en el mismo grado que el de los pueblos productores de "arte de aeropuerto". Sin embargo, esta situación se evidencia en las alfombras turcomanas, en un grado más que suficiente para justificar nuestra búsqueda del objeto genuino. Mientras tanto, al adolescente turcomano de la nueva clase media urbana lo atraen los pantalones de mezclilla estadunidenses y las camisas deportivas de punto (Newcomer, 1974). Nosotros buscamos la autenticidad en el pasado de ellos (así como en el nuestro), y ellos la buscan en nuestro presente.

El interés occidental en los tapetes orientales ha tenido el efecto de despojar a los turcomanos de sus formas propias de expresión artística. Antes, reproducían diseños llenos de símbolos que eran para ellos extensiones de su propia identidad social. No comprendían tales símbolos, ni necesitaban conocer sus orígenes. Ahora, los símbolos en cuestión se han convertido en propiedad del otro. Sólo les preocupa la forma en que son vistos por el otro. En términos de otra rama de la bibliografía, a saber, la que se ocupa del nacionalismo, los turcomanos han elegido el epocalismo ("el espíritu de nuestra época") y perdido esencialismo ("el modo indígena de vida"; Geertz, 1973,240-252), o bien han adoptado el universalismo y abandonado el nacionalismo (Bahnassi, 1979).

El proceso se relaciona con la dimensión cultural de la dependencia formulada por los neomarxistas, con objeto de explicar el estadio económico del Cuarto Mundo. Esta demuestra que no estamos solos con respecto al problema de la autenticidad. Sin embargo, mientras que para nosotros la autenticidad es algo que buscamos en tanto individuos, para los turcomanos forma parte de un proceso cultural más amplio, donde el interés no está centrado en la identidad personal, sino en la identidad y por consiguiente la supervivencia de la sociedad turcomana. De acuerdo con Uberoi (1978,2), los turcomanos "se han perdido a sí mismos". Lo que les ha quedado lo someten a compraventa: manejan su etnicidad y su cultura como mercancías. Nuestra búsqueda de autenticidad en sus alfombras, no les ayudará a rencontrarse. Representa una parte de la causa de su problema.

Esta consideración del significado diferente de la autenticidad para las sociedades turcomana y occidental, puede ser útil para comprender la dimensión social del problema en Occidente, y evitar soluciones simplistas y relativas. Muchas de las distinciones empleadas por los antropólogos para explicar las diversas sociedades en que se ha dividido a la humanidad —desemejanzas que se suelen concebir como culturales— son quizá, aunque superficialmente culturales, en esencia sociales, sobre todo en el caso de las diferencias entre sociedades que se hallan en diversas etapas de desarrollo social (en el sentido demográfico, económico y tecnológico).

La sociedad turcomana difiere de la occidental en términos tanto sociales como culturales. La relación entre las dimensiones social y cultural del cambio moderno, se pasa por alto con gran frecuencia. La dependencia constituye un ejemplo de un tipo de relación social desigual entre sociedades, que puede ser comparable a numerosos ejemplos de relaciones culturales desiguales, como el primitivismo y el orientalismo. La autenticidad se ha convertido para nosotros en un problema, sólo porque la condición de dependencia se ha desarrollado en el otro.

La historia de las alfombras orientales puede comprenderse en relación con la historia de las sociedades particulares productoras de tales artículos. Nuestro interés en los tapetes, así como la historia de este interés, deben entenderse en relación con nuestra propia historia. En este sentido, como Geertz (1976) lo ha señalado, las alfombras constituyen un libro. En lugar de ser tan sólo una reflexión sobre algo que existe en la sociedad, representan una tradición con su propia dinámica independiente. En su confección a través del tiempo, podemos leer la historia de una relación entre Oriente y Occidente. Ya sea que se fabriquen en nuestra sociedad o en otra,[10] en tanto resulta de procesos de subdesarrollo o dependencia cultural, se han convertido en "nuestro arte y no el de ellos" (Graburn, 1976), en un documento fundamental. Los tapetes son como la literatura. Poseen una dinámica propia y una continuidad histórica, y su relación con cualquier otra forma cultural o social suele ser dialéctica y no unidireccional (Cohen, 1974, 58).

La definición de la autenticidad de una alfombra turcomana es producto de la elección y la negociación al interior de nuestra sociedad, con base en la producción de los turcomanos. Sin embargo, está inspirada en el interés en el otro y en los productos del otro, y sólo puede seleccionarse entre los objetos suministrados por el otro. En consecuencia, el otro debe ser preservado en su forma prístina. Mientras tanto, nuestra elección se ha vuelto fundamental para la economía turcomana.

NOTAS

Para la elaboración del presente ensayo, recibí el estímulo y la ayuda de Mohammad-Ewaz y Bairam Badghisi (Kabul), Froelich Rainey y David Crownover (Museo de la Universidad de Pensilvania), Anthony N. Landreau (Museo de Textiles) y Mary Martin (Universidad de Pensilvania), a quienes agradezco el apoyo que me brindaron. Asimismo, durante la redacción del capítulo me resultaron de gran utilidad los comentarios críticos de mis colegas, en especial los de Arjun Appadurai, Leah Glickman y Renata Holod, a quienes deseo expresar mi agradecimiento, aunque no haya sabido emplear todas sus sugerencias.

[1]Utilizo indistintamente los términos "alfombra" y "tapete" para referirme a todas las formas de tapices de lana con que se cubre el suelo de las habitaciones.

[2]El término "alfombrista", cuyo significado sería "perteneciente o relativo a las alfombras", ha aparecido recientemente en las publicaciones periódicas dirigidas a los aficionados. (*N. de la t.*: el autor alude al término *ruggist*, derivado de la palabra *rug*, alfombra.)

[3]Un mordiente, cuyo uso es esencial para la mayoría de los pigmentos vegetales, es una sustancia que fija el color al combinarse químicamente con aquél. Su elección y forma de aplicación determinan el matiz del color final. El alumbre fue el mordiente de mayor uso.

[4]El tema del punto geográfico preciso del que procede históricamente la artesanía en cuestión, localizado entre el Extremo Oriente Asiático (China) y el Occidente Asiático (Irán), no es relevante para nuestra argumentación. Sin embargo, cabe señalar que la evidencia presentada en Lauffer (1919, 492-498) indica que su origen puede ubicarse en el territorio iraní. En cuanto al diseño, la historia de la reciprocidad simbólica entre los mundos chino y persa es, desde luego, intrincada y compleja. Debido al predominio de los motivos geométricos, algunos de los cuales evocan la representación fraccionada, no es factible ignorar la posible significación de la tradición *t'ao t'ieh* de decoración de los bronces chinos de la dinastía Shang y del comienzo de la dinastía Cheu, que datan del primer milenio a.C. (cfr. Lévi-Strauss, 1980). Nuestra comprensión de esta conexión adolece de la escasez de estudiosos capaces, al modo del dios Jano, de mirar en ambas direcciones. Al respecto, resultan especialmente interesantes los escritos de Cammann (1958 y 1978); véase también Mackie y Thompson, 1980, 20.

[5]Thompson (1980, 181) formula un planteamiento similar.

[6]Para una revisión de la historia temprana del comercio, véase Impey 1977, 68-69.

[7]Un resumen de la historia de este periodo está incluido en Mackie y Thompson, 1980, donde también se presenta una revisión de la escasa información relevante hasta esta fecha. Para más detalles, véase Agadzhanov (1969) y Barthold (1962).

[8]Esta afirmación es válida, a pesar de la existencia de numerosas publicaciones en Moscú y Ashjabad que versan sobre los turcomanos (véase Agadzahanov, 1969; Vasil'eva, 1979).

[9]Un ejemplo lo constituye cierta artesanía exhibida en el Museo de la Universidad de Pensilvania. Se trata de una alfombra turcomana genuina que reproduce el diseño de la bandera estadunidense.

[10]Por ejemplo, en Nueva Jersey se fabrican las alfombras "Couristan", cuyo nombre carece en apariencia de significado, pero que obviamente está orientalizado.

REFERENCIAS

Ackerman, Phyllis
1983*a*, "Textiles through the Sasanian Period", en Arthur Upham Pope, comp., *A Survey of Persian Art*, vol. I, pp. 681-715, Londres, Oxford University Press.
1983*b*, "The Textile Arts", en Arthur Upham Pope, comp., *A Survey of Persian Art*, vol. III, pp. 1995-2162, Londres, Oxford University Press.

Agadzhanov, S. G.
1969 *Ocherki istorii Oguzov i Turkmen Srednoy Azii ix-xiii vv.*, Askhabad.

Appadurai, Arjun
1981, "The Past as a Scarce Resource". en *Man*, 16, 201-219.

Azadi, Siawosch
1975, *Turkoman Carpets and the Ethnographic Significance of their Ornaments*, Fishguard, Reino Unido, Crosby Press.

Bacon, Elizabeth E.
1966, *Central Asians under Russian Rule*, Ithaca, N. Y., Cornell University Press.

Bahnassi Afif
1979, "Authenticity in Art: Exposition, Definition, Methodology", *Cultures*, 6, 65-82.

Barrett, William
1958, *Irrational Man. A Study in Existential Philosophy*, Nueva York, Doubleday.

Barthold, V.V.
1962, "A History of the Turkman People", en *Four Studies of the History of Central Asia*, vol. 3, Leyden, Brill.

Beattie, May H.
1976, "The Present Position of Carpet Studies", *Apollo*, 103, 292-305.

Ben-Amos, Paula
1976 "A la rechereche du temps perdu: on being an ebony-carver in Benin", en N.H.H. Graburn, comp., *Ethnic and Tourist Arts*, pp. 320-333.

Benjamin, Walter
1969, "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction", en Walter Benjamin, *Illuminations*. Nueva York: Schocken. (Versión original, 1936.)

Berman, Marshall

1970, *The Politics of Authenticity: Radical Individualism an the Emergence of Modern Society*, Nueva York, Atheneum.

Bogolubow, A.

1908-1909, *Tapis de l'Asie Central, faisant partie de la collection réunie par A. Bogolubow*, 2 vols, San Petersburgo: Fábrica de Papeles del Estado, Leipzig, Karl Hiersemann.

Boston Museum Bulletin

1971, "The Boston Hunting Carpet", número especial.

Brenkman, John

1979, "Mass Media: From Collective Experience to the Culture of Privatization", en *Social Text*, 1,94-109.

Cammann, Schuyler V.R.

1958, "The Animal Style Art of Eurasia", en *Journal of Asian Studies* 17,323-339.

1978, "Meaning in Oriental Rugs", en *Arts Exchange*, enero-febrero 31-36.

Cohen, Abner

1974, *Two-Dimensional Man: An Essay on the Anthropology of Power and Symbolism in Complex Society*, Berkeley, University of California Press.

David, Michael

1980, "The New Turkoman Mythology", en Peter E. Saunders, comp., *Tribal Visions*, pp. 17-22. San Rafael, Calif., Marin Cultural Center.

Davis, Ralph

1970, "English Imports from the Middle East, 1580-1780", en M.A. Cook, comp., *Studies in the Economic History of the Middle East*, Londres, Oxford University Press

Denny, Walter B.

1978, "Turkmen Rugs in Historial Perspective", en Anthony N. Landreau, comp., *Yörük. The Nomadic Weaving of the Middle East*, pp. 55-59. Pittsburgh, Museum of Arte, Carnegie Institute.

1982, "Turkmen Rugs and Early Rug Weaving in the Western Islamic World", en *Hali* 4, 4, 329-337.

Douglas, Mary

1978, *Cultural Bias*, Royal Anthropological Institute, documento núm. 35.

Douglas, Mary y Baron Isherwood

1978, *The World of Goods*, Harmondsworth, Penguin.

Eiland, Murray L.
1980, "Speculations around the Development of Turkoman Rug Designs", en Peter E. Saunders, comp., *Tribal Visions*, pp. 25-31. San Rafael, Calif., Marin Cultural Center.
Enay, Marc-Edouard y Siawosch Azadi
1977, "Einhundert Jahre Orientteppich-Literatur 1877-1977", en *Bibliographie der Bücher und Kataloge*, Hannover, Verlag Kunst und Antiquitäten.
Erdmann, K.
1960, *Der orientalische Knüpfteppich*, Tubinga, Wasmuth Verlag.
Farnie, D.A.
1958, "The Textile Industry: Woven Fabrics", en Charles Singeer *et al.*, comp., *History of Technology*, vol. 5, pp. 569-594, Oxford, Claredon Press.
Forbes, R.J.
1964, "The Fibrs and Fabrics of Antiquity. Dyes and Dyeing. Spinning. Weaving and Looms", en *Studies in Ancient Technology*, vol. 4, pp. 1-81, 99-150, 151-174, 196-224, Leyden, Brill.
Foucault, Michel
1976, *La arqueología del saber*, México, Siglo XXI Editores.
Fowler, John y John Cornforth
1978, *English Decoration in the 18th Century*, Londres, Barrie and Jenkins.
García Canclini, Néstor
1979, "Crafts and Cultural Identity, *Cultures*, 6, 83-95.
Geertz, Clifford
1973, *The Interpretation of Cultures*. Nueva York, Basic Books.
1976, "Art as a Cultural System", *Modern Language Notes*, 91,1473-1499.
Goldwater, Robert
1938, *Primitivism in Modern Art*, Nueva York, Vintage.
1973, "Art History and Anthropology: Some Comparisons of Methodology", en Anthony Forge, comp., *Primitive Art and Society*, pp. 1-10, Londres, Oxford University Press.
Graburn, Nelson H.H.
1969, "Art and Acculturative Processes", en *International Social Science Journal*, 21, 457-468.
1982, "The Dynamics of Change in Tourist Arts", en *Cultural Survival Quarterly* 6 (4), 7-11.

Graburn, Nelson H.H., comp.
1976, *Ethnic and Tourist Arts*, Berkeley, University of California Press.
Hanaway, William Jr.
1971, "The Concept of the Hunt in Persian Literature", en *Boston Museum Bulletin*, 69, 21-33.
1976, "Paradise on Earth: The Terrestrial Garden in Persian Literature", en *Fourth Dumbarton Oaks Colloquium in the History of Landscape Architecture: The Islamic Garden*, pp. 43-67.
Hirsch, Paul M.
1972, "Processing Fads and Fashions: An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems", en *American Journal of Sociology*, 77, 639-659.
Holmyard, E.J.
1958, "Dyestuffs in the Nineteenth Century", en Charles Singer *et al.*, comps., *A History of Technology*, vol. 5, pp. 257-283, Oxford, Clarendon Press.
Honour, Hugh
1961, *Chinoiserie: The Vision of Cathay*, Londres John Murray.
Impey, Oliver
1977, *Chinoiserie: The Impact of Oriental Styles on Western Art and Decoration*, Nueva York, Scribner.
Irons, William
1975, *The Yomut Turkmen: A Study of Kinship in a Pastoral Society*, Ann Arbor, University of Michigan Museum.
1980, "The Place of Carpet Weaving in Turkmen Society", en Mackie y Thompson, comps., pp. 23-38.
Jardín Botánico de Brooklyn
1980, *Dye Plants and Dyeing: A Handbook.*
Jourdain, Margaret y S. Soame Jenyns
1950, *Chinese Export Art in the Eighteenth Century*, Middlesex, Spring Books.
Kant, Emmanuel
1793, *Crítica del juicio.*
Khlopin, I.N.
1982, "The Manufacture of Pile Carpets in Bronze Age Central Asia", en *Hali*, 5, 2, 116-118.
Koening, Wolfang
1962, *Die Achal-Teke*, Berlín, Akademie-Verlag.
König, Hans
1980, "Ersari Carpets", en Mackie y Thompson, comps., pp. 190-202.

Kubler, George
1961, "On the Colonial Extinction of the Motifs of Pre-Columbian Art", en Samuel K. Lothrop *et al.*, comps., *Essays in Pre-Columbian Art and Archaeology*, pp. 14-34. Cambridge, Mass., Harvard University Press.
Laufer, Berthold
1919, *Sino-Iranica*, Chicago, Field Museum of Natural History, publicación núm. 201, serie de antropología, vol. XV, núm. 3.
Lévi-Strauss, Claude
1980, *Antropología estructural*, Buenos Aires, Editorial Universitaria.
Mac Cannell, Dean
1976, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Nueva York, Schocken.
Mackie, Louise W. y Jon Thompson, comps.
1980, *Turkmen: Tribal Carpets and Traditions*, Washington, D.C., Textile Museum.
Martin, F.R.
1908, *A History of Oriental Carpets Before 1800*, 2 vols., Viena.
Mills, John
1983, "The Coming of the Carpet to the West", en *The Eastern Carpet in the Western World from the 15th to the 17th Century*, pp. 11-23, Londres, Arts Council.
Moshkova, V.G. y A.S. Morozova
1970, *Kovry Narodov Sredney Azii ix-Nachala xx veka: Materialy Ekspeditssi 1929-1945*, Tashkent.
Mumford, John Kimberley
1900, *Oriental Rugs*, Nueva York, Scribner.
Newcomer, Peter Jay
1974, "The Production of Aesthetic Values", en Justine M. Caldwell, (comp.) *The Visual Arts: Plastic and Graphic*, La Haya, Mouton.
O'Donovan, Edmond
1882, *The Merv Oasis*, Londres, Smith, Elder.
Peckham, Morse
1979, *Explanation and Power: The Control of Human Behavior*, Nueva York, Seabury.
Pinner, Robert
1981, "The Beshir Carpets of the Bukhara Emirate: A Review", en *Hali* 3, 4, 294-304.

Pope, Arthur Upham
1926, *Catalogue of a Loan Exhibition of Early Oriental Carpets from Persia, Asia Minor, the Caucasus, Egypt and Spain*, Chicago, Art Club of Chicago.
1938, "Carpets: History", en Arthur Upham Pope, comp., *A Survey of Persian Art*, vol. 3, pp. 2257-2430.
Rossi-Landi, Ferruccio
1973, "Commodities as Mesages", en J. Ray-Debove, comp., *Recherches sur les systèmes significants*, Simposio de Varsovia, 1968, La Haya, Mouton.
Rostovtsev, M.I.
1929, *The Animal Style in South Russia and China*, Princeton, N.J., Princeton University Press.
Rudenko, S.I.
1968, *Drevneishnie v mire khudozhestvennye kovry i tkani*, Moscú.
Said, Edward W.
1978, *Orientalism*, Nueva York, Vintage.
Sarre, F. y H. Trenkwald
1926-1929 *Old Oriental Carpets*, 2 vols., Viena.
Schneider, Jane
1978, "Peacocks and Penguins: The Political Economy of European Cloth and Colors", en *American Ethnologist*, 5, 3, 413-447.
Schurmann, Ulrich
1969, *Central Asian Rugs*, Londres, Allen and Unwin.
Shils, Edward
1981, *Tradition*, Chicago, University of Chicago Press.
Silver, Harry R.
1981, "Calculating Risks. The Socioeconomic Foundations of Aesthetic Motivation", en *Ethnology*, 20, 101-114.
Society for Textile Art Research, Viena
1983, *Antike Anatolische Teppiche Osterreichischem Besitz*, Viena, Society for Textile Art Research.
Southall, Aidan
1961, *Social Change in Modern Africa*, Londres, Oxford University Press.
Spooner, Brian
1973, *The Cultural Ecology of Pastoral Nomads*, Reading, Mass., Addison-Wesley.
Tapper, Nancy
1983, "Abd al-Rahman's Northwest Frontier: The Pashtun Colonization of Afghan Turkistan", en Richard Tapper, comp. *The*

Conflict of Tribe and State in Iran and Afghanistan, pp. 233-261, Londres, Croom Helm.
Thacher, Amos Bateman
1940, *Turkoman Rugs*, Nueva York, Weyhe.
Thompson, Jon
1980, "Turkmen Carpet Weavings", en Mackie y Thompson, comps., pp. 60-189.
Trilling, Lionel
1971, *Sincerity and Authenticity*, Cambridge, Mass., Harvard University Press.
Uberoi, J.P.S.
1978, *Science and Culture*, Delhi, Oxford University Press.
Vasil'eva E.P.
1979, "Folk Decorative and Applied Arts as a Source for the Study of Ethnogenisis: A Case Study of the Turkmenians", en J.M. Cordwell, comp., *The Visual Arts: Plastic and Graphic*, pp. 553-566, La Haya, Mouton.
Wagner, Walter
1976, "Gestaltende Kräfte der turkmenischen Knüpfkunst", en *Ethnologische Zeitschrift Zürich*, 1, 29-49.
Wallace, Anthony F.C.
s.f., "On Being Just Complicated Enough", en *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 47, 458-464.
Whiting, Mark
1978*a*, "Dye Analysis in Carpet Studies", en *Hali*, 1, 1, 39-43.
1978*b*, "The Dyes of Turkmen Rugs", en *Hali*, 1, 3, 281-283.
1980, "The Dyes in Turkmen Carpets", en Mackie y Thompson, comps., pp. 217-224.
1981, "The Red Dyes of Some East Mediterranean Carpets", en *Hali*, 4,55-60.
Wichmann, Siegfried
1981, *Japonisme: The Japanese Influence on Western Art in the 19th and 20th Centuries*, Nueva York, Harmony.
Wulff, Hans E.
1966, *The Traditional Crafts of Persia: Their Development, Technology, and Influence on Eastern and Western Civilizations*, Cambridge, Mass, MIT Press.

VIII. QAT: CAMBIOS EN LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO DE UNA MERCANCÍA *QUASI* LEGAL EN EL NORESTE DE ÁFRICA

LEE V. CASSANELLI

En este ensayo se examina la circulación y el consumo del qat en la sociedad y la economía política cambiantes del noreste de África, a lo largo de los últimos cincuenta años. [1] El qat (en árabe, *gat* o *khat*; en amárico, *chat*) es un arbusto cuyas hojas jóvenes, ramas y corteza tierna son masticadas por su efecto estimulante. [2] El qat (*Catha edulis*) fue conocido y utilizado con fines medicinales en el mundo medieval islámico y en la China tradicional. Desde hace mucho tiempo se le mastica en Yemen, de donde quizá sea originario y, en un periodo más reciente, se ha convertido en la fuente principal de entretenimiento y recreación grupal en los poblados de Somalia. Las hojas y las ramas recién cortadas son transportadas diariamente por tierra y aire a través de los desiertos y las fronteras internacionales, en el marco de redes de distribución de gran escala y complejidad. Tales redes vinculan a los agricultores de las regiones montañosas de Kenia y Etiopía con los pastores nómadas de las praderas somalíes y con los mercaderes y buhoneros callejeros de las poblaciones costeras de Somalia y Jibuti (anteriormente, territorio francés de los Afars e Issas). La actitud de las autoridades gubernamentales frente al uso del qat ha oscilado entre la tolerancia desproporcionada y la oposición total. A partir de 1921, los gobiernos del área impusieron al menos en unas seis ocasiones prohibiciones contra el empleo del qat, las cuales han tenido un efecto poco permanente.

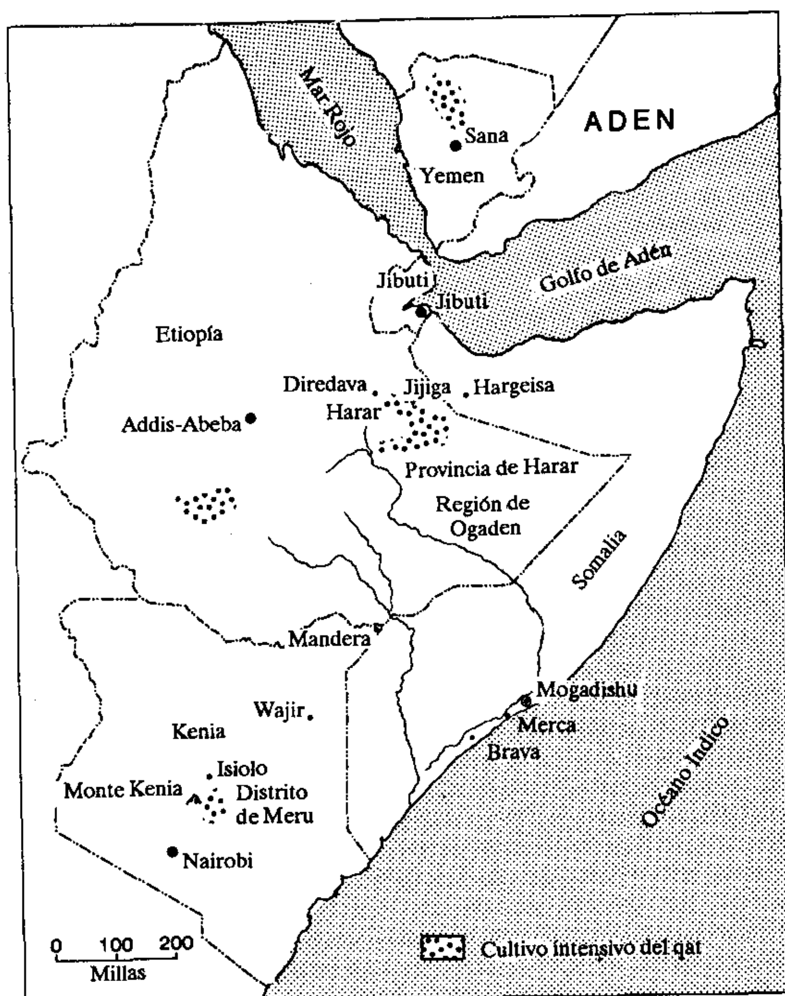
Durante este periodo, el valor económico y la importancia cultural del qat se han modificado. La naturaleza y las causas de tales cambios constituyen el tema central de mi análisis. Después de revisar las ideas relativas al qat y a sus cualidades, examino los papeles de cada uno de los tres grupos que integran la red del qat: los cultivadores, los comerciantes y los consumidores. Por último, centro la atención en la política relacionada con el qat y sus implicaciones para el estatus legal de esta mercancía.

IDEAS POPULARES SOBRE EL QAT

Quienes lo mastican atribuyen al qat diversos efectos benéficos. Los musulmanes afirman que la mascadura vespertina del qat les permite trabajar y rezar sin sentirse somnolientos, en particular durante el mes del Ramadán, periodo en que deben ayunar desde la salida hasta la puesta del sol.

Los agricultores sostienen que el qat "mantiene fresco su cuerpo" en las horas de trabajo en los campos, incluso durante los días más cálidos del año. Otros somalíes señalan que los ayuda a sentirse "relajados pero mentalmente ágiles", y que pueden concentrarse mucho más en cualquier actividad que efectúen. En opinión de uno de ellos: "El qat permite concebir ideas maravillosas. Ayuda a expresar los pensamientos a los amigos." En un estudio realizado en Jibuti en 1957, un equipo de médicos registró la sensación experimentada por los trabajadores que se reúnen al cabo de la jornada laboral a masticar el qat:

> Una sensación de agilidad mental se apodera de ellos; se vuelven charladores y comprenden cosas que antes no entendían. Se muestran imaginativos, analizan múltiples asuntos y responden con rapidez; otras cuestiones las olvidan; sus ojos permanecen muy abiertos y su visión se vuelve un poco borrosa, como si tuvieran un velo frente a los ojos.
>
> Todo el proceso se desarrolla en su mente; existe la sensación placentera de que muchos pensamientos circulan velozmente en la cabeza, la cual se llena de tantas ideas que da la impresión de que podría estallar... El usuario del *khat* puede permanecer pensativo toda la noche, sin experimentar ningún sopor; el sueño se vuelve completamente innecesario... Se verifica también una sensación de fuerza: se pueden alzar con facilidad los objetos más pesados; los movimientos no requieren ningún esfuerzo, y todo el cuerpo experimenta una sensación de bienestar. (Guedel, *et al.*, 1957, 34.)



Noreste de África

Aquellos que mastican el qat durante la noche tienen dificultades para conciliar el sueño. A la mañana siguiente, se sienten en ocasiones cansados o ligeramente deprimidos; no pueden hablar. Sin embargo, al cabo de uno o dos días, están listos para volverlo a mascar. El mayor consumo del qat tiene lugar al interior de pequeños grupos de amigos; siempre que se planea una sesión de mascadura, el ambiente se llena de una expectación nerviosa, puesto que los participantes deben esperar la llegada de camiones o aviones que transportan los suministros frescos de la sustancia.

Debido a sus efectos estimulantes, no es sorprendente descubrir que gran variedad de personas consumen qat: los picapedreros, los cargadores de los muelles y los trabajadores de la construcción, quienes aseguran que les da energía para realizar sus agotadoras labores; los agricultores de Etiopía que deben trepar diariamente a las colinas y mantener sus terrazas; los lectores y recitadores coránicos que conducen celebraciones litúrgicas prolongadas; los estudiantes que se preparan para presentar exámenes; los choferes de camiones que recorren largas distancias; los cazadores, mensajeros y guías; los serenos y, quizá, los ladrones nocturnos. Los ancianos pertenecientes al clan suelen masticar el qat antes de analizar asuntos locales de importancia o de resolver disputas; los jueces musulmanes lo consumen para permanecer atentos a las dilatadas comparecencias ante los tribunales.

Asimismo, el saber popular sugiere que el qat posee importantes propiedades medicinales. Por ejemplo, una creencia muy extendida sostiene que el qat ofrece protección contra la malaria; combate la tos, el asma y otras enfermedades de las vías respiratorias, y cura las dolencias estomacales y el reumatismo. Los pastores masai de Kenia afirman que el qat ayuda a despertar el "deseo de cazar". En Somalia, el qat se utiliza como diurético, y para aliviar la infecciones genitourinarias. En Etiopía, se considera que el qat cura 501 clases de enfermedades. Los usuarios regulares estiman que el qat incrementa el deseo sexual, aunque a menudo inhibe su desempeño.

En el noreste de África la mayoría de los consumidores sabe que la sustancia tiene una larga historia en el área, y que una buena parte de ésta ha estado estrechamente vinculada a la religión. Los habitantes de Harar, una antigua ciudad musulmana y centro importante de cultivo del qat en la región montañosa oriental de Etiopía, narran la leyenda de que las propiedades especiales del qat fueron reveladas por un ángel a dos santos, quienes se habían dirigido a Alá en búsqueda de algo que los mantuviera despiertos durante las largas noches dedicadas a la oración (Hill, 1965,14). La tradición popular

suele admitir que Shaykh Ibrahim Abu Zarbav llevó la planta de Harar a Yemen en el siglo XV, aunque algunos historiadores están convencidos de que la difusión tuvo lugar en la dirección contraria (Distefano, 1983, 2). Al qat aún se le conoce como "el alimento del hombre santo" y los creyentes sostienen que la moral decorosa y la disposición espiritual deben acompañarse de su consumo.

En los distritos que circundan a Harar, la gente asegura que los agricultores acostumbran bañarse antes de cosechar el qat y que envuelven en una tela limpia los vástagos recién cortados (Getahun y Krikorian, 1973,356). Asimismo, en Somalia, existía la prohibición de pegar a los animales o a las personas con las ramas del qat. Las propiedades casi sagradas atribuidas a la planta explican también la creencia popular de que incluso los contrabandistas se abstienen de contaminar sus cargas de qat, es decir, que no las mezclan con ramas de otras plantas.

Del mismo modo, la importancia religiosa del qat puede advertirse en las numerosas prácticas rituales de la región relacionadas con su consumo. Las celebraciones islámicas con motivo de nacimientos, circuncisiones, matrimonios y peregrinaciones a las tumbas de los santos, suelen incluir sesiones públicas de mascadura. En el norte de Kenia, el qat ha sido utilizado en ofrendas sepulcrales, y en el distrito sureño de Meru, como regalo a los participantes en ceremonias de iniciación. Los oromo (galla) del sur de Etiopía mastican el qat durante la festividad del Wedaja, la cual involucra el rito nocturno de oración comunal (Distefano, 1983, 5; Getahun y Krikorian, 1973, 370-371; Margetts, 1967, 359).

Junto con las historias y las prácticas habituales que destacan las propiedades sagradas y espirituales del qat, existe una tradición "secular" paralela que se ocupa de sus orígenes sociales. En esta tradición, el descubrimiento del qat se atribuye a un cabrero yemenita, Awzulkernayien, quien se dio cuenta de los efectos estimulantes producidos por algunas hojas silvestres en sus cabras, decidió probarlas él mismo y experimentó una gran fuerza física e insomnio. Los habitantes de Harar aún invocan el nombre de Awzulkernayien en los rezos previos al inicio de las sesiones de mascadura del qat (Getahun y Krikorian, 1973, 353-355).

La existencia de estas diferentes tradiciones relativas a los orígenes del qat refleja, quizá, la amplia variedad de contextos, tanto religiosos como seculares, dentro de los cuales se consume en la actualidad esa planta. Cualquier grupo de usuarios puede encontrar en la tradición popular numerosos antecedentes que confieren autenticidad consuetudinaria a su práctica. Incluso los etíopes suelen citar una versión de

la leyenda de Awzulkernaiyen para explicar el descubrimiento del café. Como veremos, las historias del qat y el café están conectadas de modo significativo.

De hecho, a la mayoría de los usuarios del qat no les interesa en realidad justificar o legitimar su práctica en los precedentes históricos. El mero consumo de la sustancia constituye la recompensa. Esto se advierte en las numerosas explicaciones populares que ofrecen los somalíes para dar cuenta de la reciente aceptación del hábito por segmentos de la población que antes no utilizaban el qat. Entre éstos se encuentran los habitantes de las ciudades sureñas de Mogadishu (actual capital de Somalia), Marca y Brava, así como los agricultores sedentarios de las riberas de los ríos del sur del país. En el pasado, los sureños consideraban el consumo del qat como una práctica un tanto excéntrica y recreativa de los pobladores nómadas y los comerciantes del norte. Sin embargo, entre 1969 y 1970, durante un brote de cólera en Mogadishu, los sureños advirtieron que en los barrios de la ciudad donde se habían establecido norteños y era común la mascadura del qat, se registraban menos casos de la epidemia. Muy pronto se propagó la creencia de que el consumo del qat ofrecía una mayor resistencia contra la enfermedad. Tal creencia fue reforzada por la experiencia posterior de los refugiados que arribaron en gran número a Somalia, provenientes de la región de Ogaden (Etiopía) y que huían de la guerra somalí-etíope de 1977 y 1978. En los atestados campamentos de socorro establecidos por el gobierno de Somalia con el apoyo internacional, los refugiados que pudieron conseguir suministros del qat mostraron una menor propensión a la disentería. No existe una evidencia sólida que corrobore dichas afirmaciones. Empero, tales creencias se extendieron y contribuyeron a la demanda incrementada del qat en todo el sur de Somalia.

Este no es el lugar adecuado para evaluar las pruebas clínicas y farmacológicas, ni las propiedades químicas y medicinales del qat. La bibliografía en la materia es extensa y sus conclusiones son a menudo contradictorias. Con todo, existe una especie de consenso con respecto a algunos de los efectos fisiológicos más generales (Halbach, 1972; Luqman y Danowski, 1976; Trellu, 1959). En resumen, los estudios recientes han identificado a la catina y la catinona como los principales ingredientes activos del qat. Estos compuestos tienen similitudes tanto con la d-norpseudeoefedrina como con la d-anfetamina; al igual que éstas, parecen actuar sobre el sistema nervioso central y el periférico. Del mismo modo que las anfetaminas, la catinona produce cambios en la conducta (exaltación del ánimo), acelera el ritmo

cardiaco, incrementa la actividad locomotora, y provoca alucinaciones leves y pensamientos "extravagantes". Suministrados en grandes dosis, estos compuestos pueden ocasionar también los síntomas físicos siguientes: pupilas dilatadas, reducción del lagrimeo y la salivación, aceleración de la respiración, inhibición de la secreción de enzimas por parte del sistema digestivo, suspensión de la acción peristáltica del colon, y contracción de los vasos sanguíneos cercanos a la superficie de la piel.

Estos síntomas clínicos confirman las observaciones de los usuarios ordinarios del qat y ayudan a explicar algunas de las creencias populares arriba referidas. La alteración del proceso digestivo aclara por qué los consumidores regulares del qat suelen experimentar un menor apetito; los efectos de estreñimiento, que varios investigadores atribuyen a los taninos incluidos en la planta, arrojan luz sobre la incidencia más baja de síntomas de disentería entre los consumidores del qat. Asimismo, los estudios han mostrado que las hojas recién cortadas del qat contienen cantidades importantes de vitamina C (150-300 mg/100 g), lo cual puede contribuir a acrecentar la resistencia del usuario contra las enfermedades.

En apariencia, la opinión médica acerca de los beneficios del qat ha estado siempre dividida. En el siglo XIII, Najeeb ad-Din, de Samarcanda (Uzbekistán, URSS), la recetaba en los casos de melancolía y depresión, según consta en un manuscrito de la época (Abdullahi Elmi, 1983); a fines del siglo XVIII, en Yemen, su uso fue prohibido porque se pensaba que producía efectos nocivos en el cerebro (Distefano, 1983, 7 y 11). Durante el siglo XX, los investigadores han planteado también puntos de vista divergentes. Algunos han destacado los efectos colaterales negativos: estreñimiento, gastritis, insomnio y anorexia (la cual conduce a la desnutrición). Otros han enfatizado sus beneficios en tanto analgésico y estimulante. A pesar de los intentos periódicos de las autoridades médicas o políticas de clasificar el consumo del qat como una forma de adicción, existen pocas pruebas que fundamenten una dependencia física verdadera de los usuarios más recurrentes. La Organización Mundial de la Salud considera que el qat no es una sustancia narcótica; en la mayoría de los informes señalan que su empleo ocasiona "habituación" o "dependencia psicológica", en lugar de "adicción"; aunque la terminología utilizada no siempre es consistente (Guedel *et al.*, 1957; Halbach, 1979; Kennedy *et al.*, 1980; Luqman y Danowski, 1976).

Si bien los aspectos médicos del consumo del qat constituyen un tópico abierto a la investigación, nosotros nos centraremos en las

dimensiones social y económica del uso de la planta. Tal como lo hemos señalado, el qat se relacionó tradicionalmente con prácticas públicas y rituales: celebraciones religiosas, *rites de passage*, procesos judiciales, etcétera. Lo que más sorprende del hábito contemporáneo es el notable crecimiento de su empleo como forma popular de recreación. La mayoría de los usuarios destacan que el qat intensifica la sociabilidad. Ayuda a estimular los sentimientos de generosidad y hospitalidad, y el buen humor. En palabras de un somalí: "No es algo indicado para el individuo solitario; más bien, es útil para intercambiar ideas, para hablar de todo y nada."

Las sesiones de mascadura del qat entre grupos de amigos —con frecuencia varones, pero con una participación femenina cada vez mayor en los grupos de los centros urbanos del noreste de Africa— duran por lo menos tres horas. Mientras charlan, mastican ininterrumpidamente la planta, y consumen grandes cantidades de agua, té, Coca-Cola y cigarros. A pesar de que una parte de la conversación sea trivial, la mayoría de las sesiones resultan importantes, en virtud del alto grado de concentración mental de los participantes en un solo tema de relevancia política, legal o teológica, concentración que se extiende en ocasiones durante más de sesenta minutos. Es precisamente el incremento de la sociabilidad y la solidaridad dentro del grupo consumidor lo que, en ciertos contextos, los no participantes interpretan como antisocial en un contexto más amplio. En este sentido, los consumidores del qat comparten algunas características de otras comunidades de usuarios de drogas. Puesto que se crea un vínculo entre los masticadores que se reúnen regularmente, estos individuos son vistos por la sociedad en general —y por las autoridades gubernamentales en particular— como miembros de una comunidad contracultural potencialmente subversiva.

Antes de enunciar los cambiantes significados culturales relacionados con el consumo del qat examinaremos la ecología y la economía de la producción del qat, incluyendo las extensas redes comerciales que se han establecido a partir de la moderna transportación aérea y terrestre.

LA PRODUCCIÓN DEL QAT

El terreno más apropiado para el desarrollo de la planta del qat es el de las laderas húmedas de montes ubicados entre los 1 500 y los 2 000 metros de altura, y que cuentan con un buen drenaje. En consecuencia, los principales centros de producción del qat han sido siempre las

áreas de tierras altas: la cordillera del norte y el este de Etiopía, la sierra localizada al oriente del Monte Kenia, y las montañas de Yemen. Sin considerar éstas últimas, las regiones de tierras altas del noreste de África donde se cultiva el qat han estado habitadas históricamente por individuos no musulmanes. Los consumidores del qat, en su mayoría musulmanes —aunque nunca de modo exclusivo—, han poblado y continúan poblando las tierras bajas semiáridas. Esto significa que el qat ha sido intercambiado a través de fronteras ecológicas que han constituido también fronteras culturales.

Un segundo aspecto interesante de la ecología del qat reside en que las áreas mejor situadas para su cultivo son también las regiones donde se desarrollan mejor los cafetos. El café, a diferencia del qat, ocupa un sitio importante dentro del mercado mundial y ha representado una fuente relevante de divisas para Kenia, Etiopía y Yemen. Por eso los gobiernos de estos países han alentado preferentemente el cultivo del café entre sus ciudadanos. Con todo, desde el punto de vista de los agricultores locales, el qat representa también un cultivo rentable, y las economías de escala y las utilidades generadas han favorecido el cultivo del qat durante las dos últimas décadas. Dado el rápido crecimiento de la demanda local de la hoja, y de la posibilidad de tener acceso por vía terrestre y aérea a nuevos mercados, los agricultores de las áreas montañosas han retomado su producción a gran escala. La situación prevaleciente en Yemen a mediados de la década de los sesenta ilustra el patrón en cuestión. Cuando la revolución yemenita de 1962 y la subsecuente guerra civil interrumpieron las exportaciones de café, la mayoría de los caficultores comenzaron a cultivar la planta del qat, la cual podía comercializarse en el plano local. El retorno de la paz en 1968 y los posteriores intentos gubernamentales por estimular la reanudación del cultivo del café, no lograron dar marcha atrás a esta tendencia. Las exportaciones de café, que habían alcanzado la suma de 6 millones de dólares en el año previo a la guerra, sólo generaron 1 millón de dólares en 1971. A pesar de que las exportaciones del qat produjeron únicamente 0.5 millones de dólares, su impacto sobre la economía local fue asombroso. En 1978 se estimó que dentro de Yemen se consumía anualmente una cantidad de qat valorada en 300 millones de dólares. Se afirmaba que el 90 por ciento de los varones y casi el 50 por ciento de las mujeres yemenitas eran usuarios habituales de qat (Distefano, 1983, 22-24).

En Etiopía puede advertirse un proceso similar. Entre 1954 y 1961 aumentó dramáticamente la extensión de tierras destinadas al cultivo

del qat: de 2 960 a 6 920 hectáreas; y es probable que esta última cifra no haya incluido aquellos terrenos donde se sembraba simultáneamente el qat y otra planta (Getahun y Krikorian, 1973, 357, 370). En términos de utilidades el qat ha ocupado desde entonces el segundo lugar entre los principales productos exportados por Etiopía, a pesar de que buena parte del comercio de esta mercancía efectuado a través de la frontera con Somalia carece de registro.

No resulta difícil comprender el motivo por el cual el qat está ganando al café la competencia en materia de obtención de las escasas tierras agrícolas disponibles. Los arbustos del qat comienzan a producir vástagos comercializables a los tres o cuatro años de haber sido plantados, mientras que los cafetos requieren de un periodo de seis años para empezar a ser rentables. Las hojas del qat pueden cosecharse casi continuamente; su cultivo implica un menor trabajo que el del café (a pesar de que los agricultores deben guardar por la noche las plantas del qat para evitar que sean robadas), y las plantaciones del qat son productivas a lo largo de por lo menos una generación. Debido a todas estas razones, así como a la mayor adaptabilidad de las redes de distribución del qat a las fluctuaciones a corto plazo de la oferta y la demanda, la elección de los agricultores en favor del qat es correcta desde el punto de vista económico en muchos distritos.

Aunque las utilidades obtenidas por los cultivadores del qat no son tan cuantiosas como las ganadas por los traficantes de la planta, resultan de todos modos significativas. En un estudio efectuado en Etiopía, se demuestra que la producción del qat representa entre 30 y 50 por ciento del ingreso total anual por familia, en un distrito donde sus arbustos ocupan sólo 13 por ciento de las tierras cultivadas (Getahun y Krikorian, 1973, 357, 366-367). En el caso del distrito de Meru, en Kenia, diversos cálculos señalan que las ganancias generadas por hectárea cultivada de qat son entre 30 y 300 por ciento más altas que las arrojadas por la caficultura (Hjort, 1974, 31). En consecuencia, la producción del qat se ha incrementado tanto en términos absolutos como en relación con otros cultivos potencialmente rentables y característicos de las tierras altas.

La escasa bibliografía existente en materia de cultivo del qat, ofrece ciertos indicios sobre un patrón cultural que ha experimentado transformaciones en las áreas de desarrollo de la planta. En el pasado, cuando el uso del qat estaba más limitado (y restringido, quizá, a las prácticas rituales y religiosas), la diseminación del cultivo se hallaba en apariencia circunscrita. Por ejemplo, en Etiopía la tradición pretende que los mercaderes adari, quienes eran dueños de las planta-

ciones de qat ubicadas en las afueras de la ciudad de Harar, custodiaban celosamente sus arbustos e imponían severos castigos a quienes suministraban plantas a los menospreciados kotu (agricultores de lengua oromo que labraban las tierras localizadas más allá de los alrededores de Harar). Sin embargo, de acuerdo con la tradición en cuestión, después de la célebre batalla de Chellenko (verificada en 1887), durante la cual fueron victimados muchos adari por los soldados del emperador Menelik II, las plantaciones de qat estuvieron en peligro de ser abandonadas. Las viudas de los adari, incapaces de sostener por sí solas los cultivos, arrendaron sus predios agrícolas a los kotu. Así, estos últimos tuvieron acceso a los míticos "árboles del paraíso" y contribuyeron a la difusión posterior de la planta en el norte y este de Etiopía (Getahun y Krikorian, 1873, 356). Según Trellu (1959), se dice que las mujeres de Harar se hicieron cargo en alguna ocasión de las granjas productoras de qat; empero, hacia 1960, cualquier individuo que obtenía un esqueje y un pedazo de tierra, podía cultivarlo.

El caso de Kenia es semejante. Los meru solían restringir el cultivo del qat a los agricultores cuyos antepasados habían poseído este tipo de arbustos; sólo era factible plantar nuevos esquejes con fines de sustitución. La violación de esta regla anatematizaba al transgresor. Sin embargo, en la actualidad el área es conocida como el "triángulo verde", y casi todos los agricultores meru cultivan algunas plantas de qat para complementar sus ingresos (Distefano, 1983, 20; Griffin, 1983; Hjort, 1974).

Los dos ejemplos mencionados sugieren el cambio del patrón donde el cultivo del qat era una empresa culturalmente circunscrita, reservada a un segmento especial de la comunidad, por otro donde el qat se ha convertido en un cultivo extensamente practicado, sin aparentes restricciones culturales. Como veremos, esta ampliación de la base social en el extremo productivo es paralela al crecimiento del uso del qat como un bien de consumo, lo cual revela además el grado en que ha avanzado el proceso de mercantilización de esta planta legendaria.

La distribución del qat

Distribución y comercialización son las actividades que vinculan a los agricultores y los consumidores del qat. En este contexto, las propiedades físicas de la mercancía tienen mayor importancia que las culturales. Ante todo, debe señalarse que el qat es altamente perecedero.

Una vez que se cortan las ramas y hojas, su potencia declina con gran rapidez; la mayoría de los usuarios prefieren utilizar las plantas que no exceden las cuarenta y ocho horas de haber sido cosechadas. Así, antes de que se generalizara el transporte en camión, el consumo del qat recién cortado estaba restringido a las áreas cercanas a las fuentes de producción. (En apariencia, las hojas secas, enterradas en polvo, han sido por largo tiempo un sustituto bien conocido, aunque menos buscado. Los peregrinos en tránsito hacia La Meca y Medina suelen llevar consigo hojas secas de qat.)

Hoy día, en el centro de producción las hojas y ramas cosechadas son envueltas en hojas de plátano o en bolsas de plástico, y enviadas a la localidad mercantil más próxima. En Kenia los agricultores de Meru las trasladan a Isiolo; los etíopes de la sierra oriental las hacen llegar a Harar, Jijiga y Diredava. Después, los comerciantes somalíes las transportan en camión, durante la noche y a través del desierto, con destino a Somalia. Desde finales de la década de los sesenta se acostumbra también la remisión de esta mercancía por vía aérea. Hace varios años no era raro advertir que cuatro o cinco hileras de los asientos traseros de los aviones que cubrían regularmente la ruta Nairobi-Mogadishu, estaban ocupados por atados de ramas de qat recién cortadas y envueltas en plástico. Hacia 1980, se convirtió en práctica común destinar vuelos a la transportación exclusiva del qat.

El comercio establecido entre el distrito de Meru (Kenia) y los mercados somalíes ha constituido la ruta del qat mejor documentada; la descripción de su funcionamiento a lo largo de la década de los setena destaca las opciones y los riesgos involucrados (Abdullahi Elmi, 1983; Ghari, 1978; Hjort, 1974). En las montañas de Meru, la producción del qat era constante y abundante de octubre a junio, periodo durante el cual los precios descendían a su nivel más bajo. Las ramas cosechadas se clasificaban de acuerdo con su calidad y eran amarradas en pequeños atados denominados *marduuf* ("un gran manojo", en lengua somalí). Se reunían diez *marduuf* y se les envolvía en hojas de plátano, con objeto de conservarlos frescos. En el centro de producción los compradores pagaban 10 Ch.K. (chelines de Kenia; 10 Ch.K. = 1 dólar) por el *marduuf* de mayor calidad y 2 Ch.K. por el de menor calidad. En Isiolo, los traficantes somalíes adquirían la mercancía aproximadamente al doble del precio original y colocaban los atados en camiones; luego atravesaban las planicies áridas del norte de Kenia hasta llegar a Wajir o Mandera, ciudades cercanas a la frontera con Somalia. El costo de la transportación del qat al territorio somalí oscilaba entre los 10,000 y los 12,000 Ch.K. Después

de haber pagado los impuestos aduanales correspondientes (y, con frecuencia, después de haber ofrecido un atado de qat a los inspectores de la línea fronteriza), los choferes seguían su camino hacia Mogadishu. El viaje en su conjunto podía tener una duración mayor a las 30 horas; a principios de la década de los ochenta, varias docenas de camiones cubrían esta ruta diariamente.

Una vez arribados a Mogadishu, los negociantes debían dirigirse a la municipalidad, a fin de pagar el impuesto local de 15 Ch.S. (chelines somalíes, en aquel entonces el equivalente oficial del chelín de Kenia) por cada *marduuf*. Después, los comerciantes se ponían en contacto con sus "agentes" (*dilaal*), quienes distribuían los atados a los vendedores locales; estos últimos fijaban el precio con base en la oferta y la demanda. En la calle el valor de un *marduuf* de qat oscilaba entre los 100 y los 240 Ch.S., cuando los suministros eran abundantes; empero, dicho valor se elevaba a la cifra comprendida entre los 700 y los 1,000 Ch.S. cuando las existencias eran particularmente escasas. En consecuencia, el precio final de venta era, por lo menos, diez veces más alto que el cobrado por el cultivador del arbusto. A menudo los minoristas pagaban a los agentes sólo después de haber vendido la mercancía; esta práctica sugiere tanto la importancia de la confianza y el crédito personales, como la probabilidad de que los detallistas hayan integrado el segmento más pobre dentro de la cadena de distribución del qat.

Es claro que los comerciantes podían reunir enormes ganancias; sin embargo, los riesgos involucrados eran numerosos. Además de la amenaza continua proveniente de los bandidos instalados en el territorio norteño de Kenia (muchos de los cuales tenían en su poder armas automáticas, como resultado del conflicto bélico prevaleciente en la zona), debían enfrentar los problemas relacionados con accidentes y averías de los vehículos. Asimismo, en virtud de que los proveedores de Kenia sólo aceptaban chelines de Kenia y dólares estadunidenses, divisas que no se podían obtener legalmente en Somalia, los choferes se veían precisados a comprar atuendos tradicionales somalíes, relojes, grabadoras y radios de transistores en Somalia (artículos de precio más bajo en ese país) y pasarlos de contrabando a Kenia, donde los vendían para adquirir la moneda necesaria. Existía también la posibilidad de recurrir al mercado negro para efectuar el intercambio directo de divisas; sin embargo, esta opción colocaba en situación peligrosa a los comerciantes con respecto a las autoridades gubernamentales.

No obstante los riesgos involucrados, la recompensa solía ser cuantiosa. Según se me informó, con las utilidades generadas por dos

viajes terrestres de transportación del qat desde Meru hasta Mogadishu se podía comprar un camión. El comerciante que alquilaba un avión que cubriera la ruta de Meru a Mandera (cuyo costo era de 3,000 dólares), obtenía una ganancia neta de 7,000 dólares. Sin duda se trataba de un gran negocio. El comercio de la planta realizado en Kenia, estimado conservadoramente en 1 000 toneladas métricas anuales, representó sólo 25 por ciento del total de qat importado por Somalia en 1979; la cantidad restante provino de Etiopía (RDS, 1983, 14).

Para atender este comercio de larga distancia los camiones debían permanecer en óptimas condiciones de operación. La mayor parte de los vehículos utilizados en la distribución del qat fueron reacondicionados, a fin de que pudieran transportar cargamentos pesados a lo largo de terrenos accidentados. Se les equipó con tanques adicionales de gasolina, amortiguadores especiales, carrocerías reforzadas y barras protectoras de metal. Se contrataron mecánicos altamente capacitados para que se ocuparan del mantenimiento de los camiones; además, se contó con los servicios de choferes auxiliares, quienes solían emprender el viaje desde el territorio somalí cuando el transportador inicial llegaba tarde al punto de entrega.

Por la carencia de investigaciones detalladas en la materia, no sabemos de dónde provino el capital inicial involucrado en esta asombrosa operación mercantil. Se debe tener en cuenta que los somalíes son antes que nada productores y, desde la década de los cincuenta, exportadores a gran escala de ganado (camellos, vacas, ovejas y cabras). Los ingresos derivados de la venta de carne al Medio Oriente, área respecto de la cual Somalia fue el principal abastecedor en ese renglón hasta principios de los años ochenta, representaron quizá una parte del capital invertido en el extenso comercio del qat. Otra fuente de ingresos la constituyó el dinero remitido por los aproximadamente 250 mil trabajadores migratorios somalíes que laboraron en los campos petrolíferos de Medio Oriente a mediados de la década de los setenta. En virtud de la tendencia de las familias somalíes a invertir sus ahorros en diversas empresas económicas —un modo de repartir los riesgos, y de disponer de múltiples fuentes de ingreso en un entorno físico y político impredecible—, no resulta sorprendente que las ganancias de los comerciantes del qat, de los negociantes de ganado y de los trabajadores en el extranjero hayan recirculado constantemente en una "segunda economía" regional de gran complejidad (véase, por ejemplo, Miller, 1981). Sin embargo, hasta que se lleven a cabo más estudios sobre los patrones de la

inversión privada en la Somalia contemporánea, sólo es factible sugerir que el crecimiento de la industria del qat estuvo vinculado con toda probabilidad al desarrollo de la ganadería y la industria petrolera en el plano regional.

Dos comentarios finales acerca del comercio del qat. Primero, debido a que el arbusto es una mercancía perecedera cuya comercialización requiere considerable perspicacia comercial y política, quienes deseaban ingresar a este negocio debían adquirir antes que nada la experiencia necesaria en la materia. Hjort (1974) ha señalado que los traficantes de qat en Meru cubrían un periodo de aprendizaje con los mercaderes ya establecidos, antes de trabajar por cuenta propia. Las investigaciones sobre el extremo somalí de la cadena mercantil revelan la existencia de mecanismos similares para atraer a parientes o clientes al negocio. Con todo, no hay evidencias de que el comercio del qat esté controlado por un círculo estrecho de comerciantes poderosos; más bien, se trata en apariencia de un negocio abierto a los individuos emprendedores de distintos grupos de parentesco y de diferentes antecedentes laborales.

Segundo, el comercio del qat ha generado ingresos no sólo para los empresarios acaudalados, sino también para muchos otros segmentos de la población: agricultores, choferes, mecánicos y minoristas. En Hargeisa y Mogadishu, la mayor parte del comercio detallista es controlado por mujeres. En Kenia, aunque las operaciones a larga distancia son efectuadas por varones, muchas mujeres que habitan en los pequeños pueblos y caseríos situados a lo largo de las rutas seguidas por los camiones, contribuyen al mantenimiento del hogar vendiendo manojos de qat en los salones de té y los mercados locales. En una parte del mundo donde el nomadismo pastoral, la migración laboral y los conflictos armados esporádicos suelen alejar a los hombres de su familia, la venta del qat ofrece a las mujeres el medio para sobrevivir de manera independiente.

EL QAT Y LA CULTURA DEL CONSUMISMO

Si el mejoramiento del transporte y la experiencia comercial acumulada han posibilitado la distribución del qat en una escala sin precedentes durante los últimos veinticinco años, ¿qué factor explica la demanda siempre creciente de esta planta? La bibliografía sociológica de las últimas tres décadas ofrece muchas teorías, pero pocas evidencias convincentes. Las supuestas causas del aumento sostenido del consumo van desde el aburrimiento, pasando por el escapismo,

hasta la búsqueda de la dignidad personal a través de la interacción grupal de una sesión de qat (Getahun y Krikorian, 1973, 374; Kennedy *et al.*, 1980, 331-341; ONU, 1956, 12). El crecimiento de las poblaciones urbanas poseedoras de más tiempo libre y de pocas actividades para ocupar esos ratos de ocio, constituye otra de las explicaciones comunes otorgadas al fenómeno en cuestión.

Una clave para comprender la demanda en aumento del qat reside en las características de los usuarios habituales, esto es, quienes mastican la planta dos o tres veces por semana. A pesar de la dificultad de conseguir estadísticas a este respecto, la Sección Farmacológica de la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional de Somalia completó recientemente un estudio cuadrienal referido al empleo del qat, basado en entrevistas con 7 485 somalíes (Abdullahi Elmi, 1983; RDS, 1983). Puesto que los hallazgos fueron dados a conocer junto con la decisión adoptada por el gobierno somalí (en marzo de 1983) de proscribir el consumo del qat, el estudio en cuestión se elaboró quizá como parte de la campaña de prohibición. Sin embargo, los datos citados en el informe del doctor Elmi parecen verdaderos, y sus observaciones, aunque no las implicaciones por él inferidas, se ajustan a las impresiones recogidas por observadores somalíes y extranjeros durante la década pasada.

La investigación involucró a 4 136 habitantes de Mogadishu y de los alrededores de esta ciudad, así como a 3 349 residentes de Hargeisa y de sus suburbios. El 39 por ciento de los sujetos contenidos en la muestra de Mogadishu y 84 por ciento de los de la muestra de Hargeisa admitieron haber probado el qat. Los usuarios habituales (quienes lo mastican dos o más veces a la semana) representaron 55 por ciento de los casos estudiados en Hargeisa y 18 por ciento de los de Mogadishu. Elmi atribuyó tales diferencias a la introducción relativamente reciente del qat en el sur de Somalia.

Como era de esperarse, los varones fueron los principales consumidores del qat; casi 75 por ciento de los mascadores de la hoja fueron hombres en ambas muestras, mientras que 50 por ciento de las mujeres de Hargeisa y 80 por ciento de las de Mogadishu dijeron al entrevistador que nunca la habían consumido. El doctor Elmi señaló que las mujeres "refinadas" no acostumbraban emplear esta planta, pero que dicha actitud estaba cambiando.

Más reveladora para los fines del presente ensayo fue la conclusión del doctor Elmi: "A diferencia de Hargeisa, donde el qat es consumido por exponentes de todas las profesiones, los masticadores de Mogadishu parecen ser mayoritariamente hombres de negocios y desempleados. La popularidad del qat entre los hombres de

negocios puede atribuirse a la gran sociabilidad que favorece las transacciones comerciales. Entre los individuos sin trabajo, el qat funciona como un alivio a la frustración". El folleto oficial publicado por el gobierno somalí para explicar su decisión de proscribir el qat (derivado en gran medida de los hallazgos de la investigación), añade que la mayoría de sus usuarios en Mogadishu tenían entre veinte y cuarenta años de edad, mientras que los de la región norteña correspondían a diversos grupos de edad (RDS, 1983, 49). Por último, los estudiantes universitarios y los sujetos desprovistos de una educación formal fueron identificados como consumidores importantes de qat.

Tales hallazgos sugieren que si bien el qat era empleado por casi todos los segmentos de la población somalí, su consumo aumentaba con mayor rapidez entre los estudiantes, los habitantes urbanos, los subempleados y los desempleados. En mi opinión, lo que estos grupos compartían era una perspectiva cada vez más "cosmopolita", y una exposición reciente a la cultura de consumo de las ciudades de Somalia y el Medio Oriente. Estos sujetos esperaban obtener (o, en el caso de los trabajadores migratorios, ya habían obtenido temporalmente) un nivel de ingresos alto en comparación con el estándar somalí, y que les permitiera contar con aparatos electrodomésticos, grabadoras, atuendos novedosos y viajes al extranjero. La influencia ejercida por los trabajadores que habían laborado fuera de su país tuvo gran importancia en la configuración de dicha actitud. De acuerdo con un cálculo, los somalíes que prestaron sus servicios en Arabia y el Golfo Pérsico durante los años de apogeo de la industria petrolera, alcanzaron la cifra de 250 000 (Miller, 1981, 4) o, aproximadamente, 5 por ciento de la población total de Somalia. Debido a que tales trabajadores gozaron de un salario ocho o diez veces superior al ganado por sus compatriotas en territorio nacional, es fácil advertir las presiones económicas y culturales que estimularon el nuevo consumismo.

Por otra parte, estos sujetos que habían estado expuestos al mundo capitalista y consumista del periodo del *boom* petrolero, compartían la condición de muchos ciudadanos del Tercer Mundo sometidos recientemente a la experiencia de viajar y al contexto urbano: una vez de vuelta al suelo patrio se vuelven subempleados, padecen un desarraigo cultural y se conducen de modo impotente en la esfera política. En Somalia estos individuos se toparon con un régimen gubernamental que abrazaba la austeridad socialista y dispensaba favores políticos a un pequeño círculo de partidarios, unidos por las lealtades tradicionales de clan. Muchos miembros de la

nueva cultura consumista sufrieron un desencanto y se refugiaron en el uso del qat. La utilización de la planta se convirtió en una forma de invertir los ratos de ocio dentro de una sociedad con pocas actividades para disfrutar del tiempo libre. Además, debido a que el qat era masticado por las personas respetables desde el punto de vista religioso, por los comerciantes exitosos y los políticos poderosos, su consumo podía considerarse como un intento de emular el estilo de vida de los compatriotas prósperos. En consecuencia, el uso del qat expresaba para muchos somalíes tanto la aspiración por "vivir bien", como la frustración resultante de su incapacidad para lograr dicha meta.

Un indicio de la nueva cultura en ascenso fue la proliferación en la mayor parte de las grandes ciudades somalíes de casas privadas destinadas exclusivamente a los usuarios del qat. Estos *majlis* (cuya traducción literal es "lugares de reunión") eran edificios, propios o arrendados, que contenían varias habitaciones confortablemente amuebladas, y donde se congregaban grupos de masticadores. A menudo estos inmuebles eran administrados por mujeres divorciadas o viudas, o por mujeres cuyos maridos se hallaban trabajando en el extranjero. A cambio de una cuota se ofrecía a los clientes música ambiental grabada, alimentos y bebidas, mientras consumían el qat que llevaban consigo. En algunos *majlis* la anfitriona proporcionaba también a los parroquianos varones acompañantes femeninas. El capital inicial para adquirir la casa y el mobiliario solía provenir de los ingresos generados por parientes en el comercio del qat, en la exportación de ganado o en la labor realizada en los campos petrolíferos de Medio Oriente. Así, las anfitrionas de los *majlis* integraban una nueva clase de "especialistas" dentro de la cultura de consumo del qat, de un modo semejante a los choferes de camiones que cubrían largas rutas en el marco del sector comercial.

Con base en la institución de los *majlis*, lo que en alguna ocasión había sido una actividad restringida a las ceremonias rituales y a las reuniones informales de amigos o parientes, se convertía en un negocio. Algunos somalíes me informaron que ciertos *majlis* de las grandes ciudades estaban destinados a grupos ocupacionales particulares: profesores, choferes de camión, funcionarios públicos, etcétera. Esta especialización fundamentada en la ocupación de los clientes constituye un fenómeno que también se ha registrado entre los grupos de consumidores en Yemen (Kennedy, *et al.*, 1980, 319). En el caso de Somalia el fenómeno representa una variante del patrón profundamente arraigado de asociación regida por los vínculos familiares o

de clan. ¿Se puede afirmar que el qat ha comenzado a erosionar las lealtades tradicionales? No; pero sí es factible señalar que las oportunidades incrementadas para utilizar el qat no sólo han servido para reforzar las viejas lealtades (de amigos, parientes y asociaciones de negocios), sino también para permitir la expresión de nuevas lealtades. Al respecto, tenemos el ejemplo de los grupos de mujeres que hoy día se reúnen ocasionalmente para masticar las hojas del arbusto en los *majlis*.

LAS POLÍTICAS PROHIBITIVAS DEL QAT

El 19 de marzo de 1983, el gobierno de Somalia emitió un decreto que proscribe el cultivo, el comercio y el consumo del qat en todo el territorio somalí. Las plantaciones debían ser destruidas en un periodo no mayor de doce meses; a los ciudadanos que se sorprendiera comerciando con qat se les impondría multas de 50,000 Ch. S. (5,000 dólares) o sentencias de dos a cinco años de prisión. En un largo panfleto explicativo de los motivos de la prohibición (RDS, 1983), el gobierno plantea argumentos económicos, sociales, médicos y religiosos.[3] Las importaciones anuales de la planta costaban a Somalia 57 millones de dólares y elevaban las transacciones monetarias en el mercado negro a un nivel sin precedente. Cuando la guerra de 1977 contra Etiopía interrumpió las importaciones del qat proveniente del entonces país enemigo, los agricultores somalíes que habitaban las montañas del norte comenzaron a cultivar la planta, y la producción local de cereales fue abandonada. En el informe se estima que 200 mil ciudadanos somalíes estaban involucrados en la producción y el intercambio del qat y que, por tanto, descuidaban otro tipo de actividades económicas más esenciales. El amplio consumo de qat durante la jornada laboral lesionaba la eficiencia y la productividad tanto del gobierno como de los sectores manufactureros. Los ingresos familiares se malgastaban en su compra; los hombres solían permanecer fuera del hogar durante las sesiones de mascado, y se desatendían las necesidades morales y materiales de los niños.

Más adelante el panfleto recurre a razonamientos morales, los cuales encuentran su expresión más acabada en la sección intitulada "El *kat* y la cultura somalí". Después de mencionar que el qat ha sido elogiado por figuras religiosas, poetas y líderes de clanes a lo largo de buena parte de la historia somalí, el autor anónimo de la publicación afirma lo siguiente:

> ...el *kat* se extendió a todos los planos de la sociedad. Entró de lleno en una segunda fase, a saber, de entretenimiento, donde contó con su propio protocolo social.
>
> De acuerdo con lo registrado por la historia, el *kat* fue un arbusto cuyo uso estaba dirigido a brindar un servicio especial; empero, en la actualidad la situación es diferente y el *kat* es consumido con fines de entretenimiento y como pasatiempo. Todo lo que se hace con exceso, provoca problemas. (RDS, 1983, 28, 30.)

A primera vista, la argumentación gubernamental constituye simplemente una nueva exposición de los antiguos razonamientos sobre los riesgos económicos, sociales y médicos involucrados en una dependencia excesiva del qat. Sin embargo, esta argumentación va más allá: expresa la idea de que el uso del qat estaba creando una subcultura propia, la cual amenazaba los fundamentos de la sociedad somalí. De acuerdo con lo aseverado en el panfleto: "...el *kat* introdujo al país un modo de pensar que es ajeno a nuestra cultura, religión, tradición y valores. Es la causa principal del cambio social completo que otorga prioridad al interés personal por encima del interés público general" (RDS, 1983, 35). Aquí podemos advertir un reconocimiento de los efectos del estilo de vida desenfrenado y orientado hacia el consumo, característico de la década de los setenta y de inicios de los ochenta. (Otras expresiones somalíes de este punto de vista aparecen en Abdirahman D. Baileh, 1982/1983; Abdullahi Elmi, 1983; Baiman, 1983).

Durante la época de la prohibición, algunos observadores escépticos afirmaron que las autoridades sólo querían suprimir el tráfico existente del qat, con objeto de que fueran dichas autoridades y sus partidarios quienes controlaran el comercio de la planta. En la aseveración hay algo más que el característico espíritu irónico somalí. La mayoría de los observadores bien informados estaban convencidos de que la "economía secundaria" de Somalia, que incluía el intercambio de qat, ganado y divisas a través de los puestos fronterizos menos vigilados, superaba a la economía oficial basada en la exportación de carne y plátano (Hoben *et al.*, 1983, 21-31; Miller, 1981). Numerosos productores, expedidores y exportadores operaban totalmente fuera de los canales regulados por el Estado y se sospechaba, con cierta razón, que algunos de ellos patrocinaban los movimientos somalíes de oposición emplazados en el extranjero. El amplio malestar generado por el régimen condujo a muchos somalíes (tanto educados como analfabetos) a abandonar el país; los que no lograron salir simplemente retiraron su apoyo al sistema. En apariencia, el uso del qat era predominante entre los miembros descontentos de la socie-

dad. La idea de que la planta estaba contribuyendo a socavar la economía y, por ende, al régimen, pudo ser el factor principal involucrado en la decisión de proscribirlo.

De hecho, la amenaza potencial contra el orden político planteada por el consumo del qat, constituyó una cuestión problemática para los gobiernos coloniales de Kenia y de las tres Somalias a lo largo del siglo XX. En 1921 el gobierno del Protectorado Británico de Somalilandia restringió severamente la importación del qat proveniente de Etiopía, mediante la negación de licencias de importación, salvo a cuatro comerciantes somalíes. El objetivo era elevar el precio de la mercancía para ubicarla más allá del alcance de los ciudadanos ordinarios de Somalia (Distefano, 1983, 13). Las circunstancias políticas prevalecientes entonces en el Protectorado, sugieren un posible móvil para la elección del momento en que fue emitida la legislación restrictiva. El movimiento militante de oposición somalí contra el gobierno colonial británico, que databa de finales del siglo pasado, acababa de sufrir un revés por la muerte de su líder, Muhammad Abdile Hasan, acaecida en diciembre de 1920. Sin embargo, la amenaza de una renovada *jihad* islámica (guerra santa) seguía presente, y las autoridades del Protectorado sospechaban que la utilización del qat estaba relacionada con las prácticas litúrgicas de la hermandad sufí, la cual había constituido una fuente importante de apoyo a la resistencia de Muhammad.

El decreto de 1921 resultó ineficaz, en apariencia por que la fuerza policiaca del Protectorado no pudo vigilar los numerosos puestos fronterizos con Etiopía, y también por que algunos de los funcionarios responsables consideraban inadecuado utilizar una planta pretendidamente dañina como fuente de ingresos gubernamentales (Distefano, 1983, 13). Sin embargo, en 1939 el gobierno del Protectorado volvió a imponer el derecho de registro y de incautación, y el de multar o encarcelar a cualquiera que se sorprendiera plantando o cultivando qat. De nuevo en ese caso el contexto político es revelador. En 1935 la invasión italiana a Etiopía ofreció a los somalíes nuevas oportunidades para realizar el comercio transfronterizo con los distritos recién ocupados de la región de Ogaden. El régimen fascista volvió a igualar los caminos e introdujo caminos para integrar el Imperio Italiano de África Oriental, y en 1937 suscribió un acuerdo con el Protectorado Británico de Somalilandia que facilitaba el comercio entre los territorios ocupados por Italia y la Gran Bretaña. Entre otros aspectos, el mejoramiento de las redes de transportación estimuló la creación de nuevos mercados para el qat. (Asimismo, hizo posible la breve ocupación italiana del Protectorado, verificada en agosto de 1940.)

Durante la década de los cuarenta los habitantes jóvenes de las ciudades norteñas de Somalia comenzaron a expresar nuevas aspiraciones políticas. Charles Geshekter (1983) ha documentado los inicios de clubes sociales y de sociedades benefactoras que con el tiempo se convirtieron en las primeras asociaciones políticas que demandaron un gobierno propio para Somalia. En este tipo de reuniones o asociaciones se volvió popular el consumo del qat; es posible imaginar a los organizadores ofreciendo algunos vástagos como estímulo para reunir a un auditorio que escuchara a los siempre populares poetas somalíes, cuyos trabajos tendían cada vez más a incluir comentarios políticos. Hacia fines de los años cuarenta, y de acuerdo con los informantes entrevistados por Geshekter, la utilización del qat simbolizaba el rechazo a la autoridad colonial.

Del mismo modo, la conexión entre el qat y la política puede advertirse en la historia de la legislación prohibitiva impuesta por el gobierno colonial británico en Kenia. Durante la década de los cuarenta las autoridades de este país prohibieron al personal militar que consumiera qat; en esa época los operativos militares estaban concentrados en el conflictivo Distrito Fronterizo Norteño, limítrofe con el Imperio Italiano de África Oriental. Las preocupaciones relacionadas con el asunto de la seguridad en ese distrito continuaron captando la atención de las autoridades de Kenia hasta fines de los años cuarenta, y se trató en repetidas ocasiones de proscribir el qat en el distrito en cuestión, siempre con resultados poco fructíferos. La prohibición de 1945 estuvo precedida por una serie de artículos y un editorial aparecidos en el *East African Medical Journal*, una publicación ampliamente conocida por los círculos coloniales británicos. Independientemente de que esos artículos hayan sido "comisionados" o no por el gobierno, su tono y encabezados revelan el mismo tipo de retórica exhortativa que antecedió a la prohibición de 1983 en Somalia (Carothers, 1945; *East African Medical Journal*, 1945).

El uso de la investigación "científica" para justificar acciones motivadas políticamente en contra del qat, puede advertirse también en el caso de Jibuti, país antes denominado Territorio Francés de los Afars e Issas o Somalilandia Francesa. En 1957 el artículo de un funcionario francés apareció en el *Bulletin on Narcotics*, de la Organización de las Naciones Unidas; este artículo, aunque presenta evidencias de que el consumo del qat no produce ni adicción física ni conducta violenta, concluye del modo siguiente: "...desde luego, es necesario adoptar enérgicas medidas para combatir sin demora este mal social". Se sopesan y juzgan como negativos los efectos del

qat sobre la nutrición, la estabilidad familiar y la autoridad paterna. El artículo declara que es una droga narcótica y perfila la legislación prohibitiva. La importación, exportación, producción, posesión, comercialización, y la utilización del qat y de todas las preparaciones hechas con base en él, fueron declaradas ilegales (Guedel *et al.*, 1957).

La intención era que tales prohibiciones se aplicaran en todos los territorios ocupados por Francia en el extranjero; pero nunca fueron promulgadas en la Somalilandia Francesa, a pesar de que las pruebas concluyentes retomadas por el artículo provenían precisamente de ese territorio. En apariencia, el gobernador de la Somalilandia Francesa consideró prudente ignorar el decreto para mantener buenas relaciones con la vecina Etiopía, cuyas exportaciones sostenían la economía del puerto de Jibuti (Distefano, 1938, 18). Aquí podemos notar uno de los dilemas encarados por los gobiernos de la región en sus esfuerzos periódicos dirigidos a limitar el comercio del qat. Los gobiernos de los territorios importadores del arbusto (las Somalilandias británica, italiana y francesa) estuvieron con frecuencia dispuestos a imponer una legislación restrictiva, debido a los supuestos efectos del consumo de qat sobre la salud y los ingresos de los ciudadanos. En cambio, los gobiernos de los territorios exportadores de la planta siempre mostraron una postura ambivalente en relación con la prohibición. Si bien las autoridades de Kenia y Etiopía han expresado de vez en cuando su preocupación porque el crecimiento de las plantaciones de qat se basa en la utilización de predios destinados al cultivo de cereales, han reconocido también que su producción dirigida a la exportación significa una seguridad económica adicional para muchos de los ciudadanos agricultores, y una fuente fundamental de divisas extranjeras y de captación de impuestos para ellas mismas. En consecuencia, mientras que los gobiernos ubicados en el extremo consumidor de la red del qat han respondido regularmente al incremento de su uso con una legislación prohibitiva, las autoridades situadas en el extremo productivo han tendido, en general, a hacer la vista gorda.

El contexto en el que han funcionado las políticas del qat es variable. Queda claro que la sociedad en su conjunto no ha alcanzado ningún consenso en cuanto a que su consumo sea benéfico o nocivo para los ciudadanos. Sin embargo, debido precisamente a esta carencia de consenso, y a que el equilibrio entre la aceptación y la condenación social de la planta es muy precario, la cuestión del qat siempre es susceptible de manipulación con fines políticos. Los gobiernos,

basados en la asesoría de los "expertos", pueden fundamentar tan sólidamente la prohibición como la restauración de su legalidad. El qat ha estado situado en esa zona limítrofe confusa que separa la legalidad de la ilegalidad, y su estatus oficial en todo momento es más bien producto de cálculos económicos y políticos que de consideraciones estrictamente médicas o de salud pública.

El estatus legal ambiguo del qat ha convertido a este producto en algo más que una mera mercancía; se trata también de un símbolo político. Conforme el valor económico (o mercantil) del qat se ha vuelto más importante durante los últimos cincuenta años, su papel simbólico se ha aproximado al centro del discurso político de África nororiental. Así como la mercancía qat responde a las leyes de la oferta y la demanda en la esfera económica, la relevancia del símbolo qat reacciona ante las presiones sociales y políticas. Esta realidad dual hace de su consumo un tópico ideal para la investigación etnohistórica, pues al estudiar la cambiante economía de la producción, el comercio y el uso del qat, se examina simultáneamente todo el proceso de transformación cultural en el África nororiental contemporánea desde la perspectiva mercantil.

La reciente expansión de la producción, el comercio y el consumo del qat ha fomentado la homogeneización al interior de las comunidades productoras y consumidoras de la planta. En la década de los ochenta es cultivada y utilizada por muchas más personas que en el pasado, y todas las evidencias sugieren que esas personas pertenecen a diferentes credos religiosos, clases socioeconómicas y ocupaciones, así como a ambos sexos. Sin duda, en relación con la distribución del qat han surgido nuevos especialistas: los choferes que transportan la mercancía a lo largo de rutas muy prolongadas y las anfitrionas de los *majlis*. Dichos especialistas han contribuido a facilitar, en lugar de dificultar, el acceso a la planta. En el transcurso del último medio siglo, el qat ha logrado escapar a las limitaciones culturales de otras épocas; ha llegado a representar y reflejar una nueva cultura en ascenso, un orden social y económico más cosmopolita.

Conforme se ha incrementado la escala de la producción y el consumo, más áreas de la vida comunitaria han resultado afectadas, y la falta de un consenso en torno a los riesgos y los beneficios relativos del qat simplemente se ha extendido a nuevas esferas de actividad. Es muy fácil afirmar que el consumo actual en Somalia representa un estilo de vida nuevo y desenfrenado, uno que desafía las viejas ideas de moderación y de responsabilidad ante los parientes y el clan. Esa aseveración sólo registra una parte del fenómeno

en cuestión, también es factible considerar que los usuarios jóvenes de las ciudades están en realidad emulando el estilo de vida del que tradicionalmente han disfrutado los somalíes acaudalados y respetados. Del mismo modo, el hecho de que en ocasiones el qat haya sido asociado con grupos concebidos como potencialmente subversivos, no significa que la mercancía sólo tenga un significado antiautoritario. La oposición en contra del qat no sólo proviene de los gobernantes, aunque las prohibiciones periódicas así lo hagan aparecer. Hay muchos negociantes, mecánicos y viudas de guerra cuyas vidas dependen de la continuación de su comercio; pero, también existen jefes de oficina, esposas abandonadas y niños desatendidos que consideran que la cultura de consumo del qat está destruyendo la productividad laboral y la vida familiar.

En consecuencia, el qat nos ofrece una ventana para mirar los cambios culturales y las tensiones sociales existentes hoy día en el noreste de África. No sólo constituye un tema de estudio para la investigación actual referida a los valores cambiantes de la sociedad, sino también una fuente de transformación en las esferas agrícolas, comercial y familiar. Podemos sostener que el qat significa para la sociedad de África nororiental lo mismo que para el discurso de las sesiones de masticado en sí mismas: un signo y un facilitador de nuevos modos de interacción. En tanto mercancía ampliamente deseada, el qat ha posibilitado que muchos somalíes se enriquezcan, que otros cuenten con un medio de vida y que otros más simplemente subsistan. En tanto símbolo, ha sido un vehículo a través del cual los individuos y los gobiernos han expresado periódicamente su descontento con respecto a la dirección seguida por la sociedad.

NOTAS

Quiero agradecer a Muhammad Haji Muktar, Endre Nyerges y Susan Gunn, sus valiosos comentarios y sugerencias al borrador del presente capítulo. Buena parte de la información relativa a las ideas populares sobre el qat y al funcionamiento de su comercio fuera de las fronteras de Somalia, se basa en las charlas informales sostenidas, a lo largo de varios años, con amigos y participantes de Somalia y Kenia. Como podrá advertirse, a menudo resulta difícil "documentar" muchos aspectos de la red del qat en el noreste de África.

Los autores somalíes citados en las referencias están alfabetizados de acuerdo con su nombre de pila, práctica común en los estudios sobre la región.

[1]Para los fines del presente ensayo, el noreste de África incluye a Etiopía, Somalia, Kenia y Jibuti (anteriormente, territorio francés de los Afars e Issas).

[2]En Kenia el qat es llamado *miraa* o *merow* en honor al distrito de Meru, lugar donde se cultiva.

[3]Logré obtener una versión en lengua inglesa de este importante documento. Al igual que muchas publicaciones oficiales de Somalia, es probable que hayan aparecido también, además del original en somalí, traducciones al árabe y al italiano del panfleto en cuestión.

REFERENCIAS

Abdirahman Dualeh Beileh
1982/1983, Kat Elimination in Somalia, *Horn of Africa*, 5, 4, 56-58.

Abdullahi S. Elmi
1983, Khat (*Catha edulis Forsk*), "History, Spreading, and Problems in Somalia", documento presentado ante el Segundo Congreso Internacional de Estudios Somalíes, Universidad de Hamburgo, del 1 al 6 de agosto.

Baiman, Jerome Giora
1983, "How the Tree of Paradise Is Used to Undermine the Somali Economy", documento presentado ante el Segundo Congreso Internacional de Estudios Somalíes, Universidad de Hamburgo, del 1 al 6 de agosto.

Carothers, J.C.
1945, Miraa as a Cause of Insanity, *East African Medical Journal*, 22, 1, 4-6.

Distefano, John A.
1983, "The History of Qat Use in East Africa and Arabia", documento presentado ante el Segundo Congreso Internacional de Estudios Somalíes, Universidad de Hamburgo, del 1 al 6 de agosto.
1945, "Poisoning by Khat or Miraa: The Need for Control of Khat" (nota editorial) *East African Medical Journal*, 22, 1, 1-2, 9-10.

Geshekter, Charles
1983, "Anti-Colonialism and Class Formation: The Eastern Horn of Africa, 1920-1950", documento presentado ante un seminario del Programa de Historia, Cultura y Sociedad del Atlántico, Universidad John Hopkins, 29 de marzo.

Getahun, Amare y A.D. Krikorian
1973 "Chat: Coffee's Rival from Harar, Ethiopia. I: Botany, Cultivation and Use", en *Economic Botany*, 27, 353-377.

Ghari, Capis
1978, Miraa *Umma*, Nairobi, enero.

Griffin, Michael
1983, "Qat Ban Hits Kenyan Farmers", en *New African*, mayo.
Guedel, L. *et al.*
1957, "The Medical and Social Problems of Khat in Djibouti", en *Bulletin on Narcotics*, 9/4 (octubre-diciembre), 34-36.
Halbach, H.
1972, "Medical Aspects of Chewing Khat Leaves", en *World Health Organization Bulletin*, 47, 21-29.
1979, "Khat: The Problem Today", en L. Harris, comp., *Problems of Drug Dependence 1979*, Washington, D.C., NIDA, monografía núm. 27.
Hill, Bob G.
1965, "Cat *(Catha edulis Forsk)"*, en *Journal of Ethiopian Studies*, 3, 2, 13-23.
Hjort, Anders
1974, "Trading Miraa: From School-Leaver to Shop-Owner in Kenya", en *Ethnos* 39, 27-43.
Hoben, Allan *et al.*
1983, "Somalia: A Social and Institutional Profile", documento de trabajo núm. SP-1. Centro de Estudios Africanos, Universidad de Boston.
Kennedy, John G., J. Teague y L. Fairbanks
1980, "Qat Use in North Yemen and the Problem of Addiction: A Study in Medical Anthropology", en *Culture, Medicine and Psychiatry*, 4, 311-344.
Kervingant, Dr.
1959, "The Consumption of Khat in French Somaliland", en *Bulletin on Narcotics* 11/2, abril-junio, 42.
Luqman, Wijdan y T.S. Danowski
1976, "The Use of Khat (*Catha edulis*) in Yemen: Social and Medical Observations", en *Annals of Internal Medicine*, 85, 246-249.
Margetts, Edward L.
1967, "Miraa and Myrrh in East Africa: Clinical Notes About *Catha edulis*", en *Economic Botany*, 21, 4, 358-362.
Miller, Norman N.
1981, *The Other Somalia. Part I: Illicit Trade and the Hidden Economy*, Hanover, New Hampshire, Universidad Americana, informe de trabajo de campo efectuado en África, núm. 29.

ONU (Organización de las Naciones Unidas)
1956, "Khat", en *Bulletin on Narcotics*, 8/4, octubre-diciembre, 6-13.
RDS (República Democrática de Somalia)
1983, *Why Kat Was Prohibited in Somalia*, Mogadishu, Ministerio de Información y Dirección Nacional.
Trellu, Michel
1959, "The Pharmacodynamics of Khat", en *Bulletin on Narcotics*, 11/2, abril-junio, 43-44.

QUINTA PARTE

TRANSFORMACIONES HISTÓRICAS Y CÓDIGOS MERCANTILES

IX. LA ESTRUCTURA DE UNA CRISIS CULTURAL: LAS TELAS UTILIZADAS EN FRANCIA ANTES Y DESPUÉS DE LA REVOLUCIÓN

WILLIAM M. REDDY

La revolución francesa de 1789-1799 provocó un cambio general en el modo en que los franceses concebían las mercancías. Esta transformación tuvo lugar dentro de una sociedad que contaba con siglos de experiencia en materia de intercambios basados en dinero y dentro de una sociedad que, a pesar de haber experimentado una rápida expansión comercial en el siglo XVIII, no sufrió alteraciones significativas en los modos predominantes de producción ni antes, ni durante, ni después de la crisis. En 1789 el capitalismo industrial era casi inexistente en Francia y en 1815 seguía siendo bastante raro. Sin embargo, en el ínterin, millones de ciudadanos franceses adoptaron lo que podría denominarse un modo capitalista de evaluación de las mercancías. El objetivo del presente ensayo es mostrar que este fenómeno involucró un cambio en las nociones generalmente aceptadas en cuanto al significado del objeto mercantil. Se trata de una finalidad modesta, sobre todo si se considera que habremos de concentrarnos en una sola clase de mercancía, aunque de carácter esencial: la tela. Ahora bien, para alcanzar esta meta poco ambiciosa, nos vemos precisados a reconocer que las instituciones políticas, la jerarquía social, las relaciones cotidianas interpersonales, y las vastas maniobras de control ideológico y de dependencia comercial, deben ser retomadas junto con esta transformación de la concepción relativa a las mercancías. (Aquí no está implicada ninguna sugerencia en relación con la prioridad.)

Al mismo tiempo podrá advertirse que la noción sobre las mercancías, como las ideas acerca de las personas e instituciones, tiene necesariamente un alcance enciclopédico. Es decir, a fin de actuar de manera coherente, los individuos deben organizar gran cantidad de detalles, de acuerdo con categorías y principios simples. Esta limitación de la mente humana (en el caso de que lo sea), exactamente tan material a su modo como la lana o la piedra, introduce restricciones al tipo de cambio que puede ocurrir, así como a la magnitud y la naturaleza de dicha transformación. En consecuencia, nuestra descripción del cambio de una concepción intentará ofrecer vislumbres de la forma en que tales restricciones —ya sea que se les llame mentales, culturales o cerebrales— influyeron en el desarrollo de la crisis política del *ancien régime*. Suministrar algo más que meros indicios sobre este aspecto de la crisis es una labor que requiere la conclusión de extensos proyectos de investigación. Por el momento basta con identificar problemas que merezcan ser analizados, pues los estudios efectuados en la actualidad han colocado la comprensión de la revolución francesa en una especie de callejón sin salida.

Los conflictos del periodo revolucionario ya no pueden considerarse como resultado de la lucha de una clase social contra otra, pues es imposible hallar una correspondencia simétrica entre partidos y clases. Se ha demostrado que la burguesía revolucionaria, a la cual se solía atribuir la responsabilidad de la conducción de los partidos patriotas y jacobinos, no fue sino un fantasma. Hay quienes han sugerido descartar por completo la categoría de clase por su irrelevancia. Incluso quienes insisten en concebir el antagonismo de clase como el origen último de las revoluciones, reconocen que tales antagonismos se expresaron indirectamente, esto es, traducidos a un lenguaje que no diferenciaba a las clases en cuanto tales. En consecuencia, hoy todos los historiadores coinciden en que el estudio interpretativo extremadamente concienzudo sobre el lenguaje revolucionario y prerrevolucionario es una condición indispensable de la explicación adecuada.[1] Las tentativas recientes para esclarecer la rebelión del Tercer Estado en 1788-1789, se centran cada vez más en la búsqueda de una crisis cultural que se hallaría en la base de la revolución.[2]

No es difícil documentar la existencia de dicha crisis. Se puede identificar un sinnúmero de instituciones y prácticas del antiguo régimen que habían perdido legitimidad frente a los ojos de un público que, al acercarse el final del siglo XVIII, desarrollaba una conciencia creciente de su situación. El poder absoluto de la monar-

quía había sido desafiado en repetidas ocasiones tanto en la prensa como en las cortes reales, con gran éxito popular. Las viejas restricciones en materia de comercio de cereales y bienes manufacturados, que abarcaban a los gremios y los mercados oficiales de las ciudades, habían sido reformadas, anuladas y parcialmente resucitadas hacia 1780. Nadie creía que pudieran sobrevivir en la forma en ese entonces prevaleciente, aunque sólo fuera porque miles de mercaderes y buhoneros se habían burlado durante décadas de tales restricciones. Los privilegios del clero y la nobleza habían sido atacados por la propia corona, ya que después de 1786 representaban obstáculos en contra de la revitalización del sistema tributario. De cualquier manera, las pensiones y los privilegios de todo tipo habían sido transformados en propiedades comercializables; títulos de nobleza, altos cargos gubernamentales, *seigneuries*, feudos, beneficios eclesiásticos e incluso obispados, se vendían al mejor postor, siempre que este último contara con las conexiones necesarias.[3] Los antiguos modos aún se practicaban, y las viejas formas de la monarquía feudal todavía se mantenían a flote despreocupadas y transformadas por arte de magia, llenas de significados inesperados y expuestas a la adopción de otros. ¿Cómo puede pretenderse que estas formas fueran capaces de conservar las lealtades que antes habían estado bajo su mando? Hacia 1780 se habían cuestionado tantas cosas —desde la antigua cosmología cristiana hasta el igualmente viejo sistema de tres campos de la agricultura campesina—, que no basta concebir la revolución francesa como una mera crisis gubernamental.[4] En todo caso, como el gobierno era omnipresente en el antiguo régimen, el cambio gubernamental implicó la transformación del centro de gravedad de millones de vidas. Y esto constituyó, sin duda alguna, una crisis cultural de primer orden.

Lo anterior no significa que no se haya verificado también una crisis política y económica, ni que el antiguo debate sobre la existencia y las aspiraciones de la burguesía revolucionaria haya concluido. La noción de crisis cultural exige que todas las consideraciones acerca del estallido de la revolución sean llevadas a un nuevo terreno, que ese conflicto y esa facción sean analizados ante todo en términos del significado y la estructura del discurso político. Independientemente de las nuevas configuraciones económicas o sociales que se puedan ubicar en la base de la crisis revolucionaria, es seguro que tales configuraciones no se podrían expresar mediante las viejas formas culturales, y que la ilustración no ofreció nuevos modos sino sólo algunos índices de cómo proceder. Las pautas normales utilizadas hasta los años ochenta del siglo XVIII

para resolver los problemas políticos y moldear el comercio cotidiano (así como la política comercial), fueron cuestionadas y censuradas. El partido, el interés y la opinión no podían fundirse y manejarse de forma rutinaria (ni en Versalles ni en los mercados provinciales), porque las propias rutinas habían perdido credibilidad. Durante algún lapso previo a 1789, muchas prácticas antiguas eran cumplidas con una convicción declinante (especialmente en ciertas esferas gubernamentales) y, también, muchos viejos principios dejaron de ser apoyados en los hechos (sobre todo en determinados campos del comercio). Es en este sentido que la crisis económica y política fue de naturaleza cultural. En 1789, los franceses, o un buen número de ellos, se negaron a continuar por el camino trazado. Un conjunto de antiguas instituciones y prácticas fueron destruidas con una alacridad que aún deja pasmados a los historiadores. Los privilegios del clero y la nobleza, la soberanía de la corona, la estructura del gobierno urbano y de la judicatura real, fueron reducidos a cenizas en unos cuantos meses. Se derribaron las fronteras provinciales, se abolieron los cargos sobornables, y se echó al olvido la tenencia feudal y señorial de la tierra. Este "placer" de destrucción sugiere la necesidad de buscar signos de docilidad indiferente y de dudas crecientes en el periodo inmediatamente precedente. Sin embargo, ¿cómo se pueden investigar con rigor elementos tan intangibles como la indiferencia o la duda? ¿Qué tipo de evidencia se puede emplear para descubrirlos? Ese es el verdadero reto que habrá de enfrentar cualquier nuevo enfoque de la revolución en tanto crisis cultural.

Tal como se aplica a menudo el método etnográfico, el conjunto de procedimientos aceptados para determinar la estructura de una cultura, se queda siempre en un plano superficial. Sin embargo, se podrían interpretar detalladamente formas rituales, atuendos y expresiones de la primera sesión de los Estados Generales, verificada en mayo de 1789, sin que esto arroje ninguna evidencia de la inminente revolución. El presente ensayo pretende descubrir las huellas de la crisis, centrándose en una sola dimensión de la cultura francesa a lo largo del tiempo. Debido a que la crisis fue realmente general, es posible hallar indicios de la misma en una esfera incluso tan pequeña como la integrada por el modo en que los mercaderes y otros participantes en el comercio textil hablaban sobre las telas. Un aspecto importante de estos indicios es la extraña combinación de rigidez y flexibilidad; es decir, existen señales de la obstrucción al cambio, acompañadas por transformaciones extensas e improvisadas de la política gubernamental. La consideración de los indicios

en cuestión nos ayudará a formular hipótesis preliminares sobre la razón por la cual las personas continuaban adheridas, en el curso del siglo XVIII, a estructuras lingüísticas e institucionales que por una parte, cada vez se hallaban menos en contacto con sus convicciones más profundas, y, por la otra, con muchas facetas de su práctica cotidiana.

Desde luego, no existen registros de charlas casuales en torno al tópico de la tela que daten del siglo XVIII, las cuales constituirían el objeto ideal de la investigación. Sin embargo, contamos con una fascinante obra de consulta sobre este asunto: el *Dictionnaire universel du commerce*, de Savary des Bruslons, publicado originalmente entre 1723 y 1730, y reimpreso, plagiado y traducido por lo menos en unas seis ocasiones entre 1741 y 1784.[5] A pesar de tratarse de un libro general sobre el comercio, el diccionario de Savary ofrece gran cantidad de información acerca de las telas y otros productos textiles, ingredientes fundamentales en el comercio de esta era preindustrial. La frecuencia con la cual fue reimpreso este trabajo, así como su difusión por toda Europa, y no sólo en Francia, a menudo con numerosas alteraciones superficiales dirigidas a "actualizarlo", sugiere que fue empleado de un modo en que la lujosa y decorativa *Encyclopédie* de Diderot y D'Alembert nunca fue utilizada; esto es, los comerciantes de carne y hueso lo usaron en sus negocios cotidianos.

Savary se hallaba en el sitio adecuado para reunir el tipo de información deseada por los negociantes pragmáticos. Fue funcionario de la aduana real localizada en París, durante las últimas décadas del reinado de Luis XIV. Para efectuar su labor diaria, necesitaba conocer las complejas regulaciones productivas de los gremios de las ciudades que enviaban sus artículos a París. En el siglo XVIII, Francia estaba flagelada por barreras arancelarias internas, y salpicada de poblaciones cuyos gremios eran cuidadosamente controlados y escudriñados por el gobierno monárquico. Cualquier producto manufacturado introducido de modo legal a París debía tener, además del conocimiento de embarque del expedidor, la envoltura apropiada, la identificación del fabricante, los sellos del examen efectuado por los inspectores de gremios y mercados locales, y los certificados que mostraran los derechos pagados en los diversos puntos de la ruta seguida por el artículo hasta la ciudad. El conocimiento directo que tuvo Savary de todos estos detalles, le brindó la experiencia necesaria para encarar la ardua tarea de preparación del primer diccionario de comercio. Durante los años de investigación el autor aprendió a quién debía dirigirse, tanto en el plano gubernamental como en el de las

comunidades de mercaderes de toda Francia, a fin de obtener información precisa. Su acceso a los archivos reales en materia de gremios constituyó una fuente indispensable de datos; además, su conocimiento concreto del aspecto y la textura de los productos que constantemente llegaban a París, se convirtió en una fructífera herramienta.

El padre de Savary, mercader y funcionario ministerial, legó a su hijo un ejemplo digno de imitar; este personaje fue el autor del famoso libro *Parfait negotiant*, una guía de comercio muy popular, por derecho propio, hasta bien entrado el siglo XVIII.[6] Sin embargo, la relevancia de esta obra fue empequeñecida por la del *Dictionnaire universel du commerce*. La aparición de manuales y libros de consulta durante este periodo representó un aspecto importante del surgimiento de una esfera pública en Europa occidental, fenómeno que constituyó en sí mismo una condición necesaria, aunque sin duda insuficiente, de la revolución política. La disponibilidad de información voluminosa y precisa sobre cuestiones prácticas —comercio, leyes, música, arquitectura—, fue considerada en el siglo XVIII una meta merecedora de esfuerzos heroicos.[7] Al respecto, Savary figuró entre los pioneros: sistematizó por vez primera creencias y conocimientos en materia de comercio de los negociantes, productores, funcionarios oficiales y consumidores. Por ello es posible vislumbrar en el trabajo de Savary la atmósfera psicológica del comercio textil prevaleciente al inicio del siglo XVIII. La organización de la obra y la discriminación de detalles relevantes reflejan la *Weltanschauung** industrial y comercial que hoy ha desaparecido ya.

Por ejemplo, el artículo correspondiente al vocablo *toile* (lienzo de lino) incluye una lista de siete aspectos por verificar cuando se adquiere un pedazo de esa tela. Se destaca la habilidad del comprador para efectuar un juicio visual. Uno debe asegurarse, recomienda el artículo, de que el tejido sea firme y de que la trama esté bien entrelazada. Los hilos deben estar uniformemente entrecruzados, tanto en la orilla como en el centro del lienzo. Ninguna porción de la udimbre o la trama debe estar más floja o más tensa que el resto del tejido. La tela tiene que reunir una resistencia y una fineza semejantes en los extremos y en la parte media. En lo posible, es menester evitar los productos muy retocados, es decir, a los que se aplica mucha goma, almidón o greda para disimular irregularidades de color, tejido o torsión. Además, el lienzo debe contener tantos hilos en la trama y la

*El término alemán alude a la filosofía de la vida.

urdimbre como los exigidos por las regulaciones reales generales y los estatutos locales. No resulta difícil imaginar el tipo de examen implicado en tales recomendaciones. La pieza en su conjunto, cuya extensión oscilaba entre los 18 y los 27 metros, tenía que ser desenrollada y, luego, diferentes porciones de la misma debían doblarse una encima de otras para poder efectuar una comparación rigurosa del hilado y el tejido; asimismo, era necesario colocar otras secciones de la tela entre el pulgar y los demás dedos, para corroborar la resistencia o descubrir algún acabado defectuoso. Un sello de plomo adherido a uno de los extremos del lienzo certificaba que éste había sido inspeccionado en el lugar de origen y que, por tanto, reunía el número apropiado de hilos de trama y urdimbre para esa variedad de tela. Desde 1660, las decisiones finales referidas a asuntos incluso tan menores como las dimensiones del lienzo y la cantidad de hilos eran tomadas en Versalles, a pesar de que se solían aceptar sin cuestionamiento alguno las recomendaciones de los gremios locales. El interés del gobierno monárquico consistía en garantizar que se mantuvieran altos estándares de calidad; de acuerdo con la doctrina mercantilista de Colbert, la calidad era la clave de la prosperidad.

En numerosos pasajes del diccionario de Savary, los sellos de plomo adheridos al terminar la inspección correspondiente son descritos con lujo de detalle. Por ejemplo, el gremio de la lana de Beauvais, la Sergetterie de Beauvais, especificó un nuevo diseño para su sello en 1666, fecha en que bajo la tutela de Colbert revisó y elaboró sus regulaciones productivas. En una de las caras del sello, se registraba la leyenda "Luis XIV, restaurador de las artes y manufacturas"; en la otra aparecía el escudo de armas de la ciudad y la frase "Fábrica de Beauvais". El sello del lienzo de Cambrai exhibía un águila con las alas extendidas y el nombre de la ciudad homónima. El gremio de Valenciennes incluía en su sello la figura de un león feroz y la inscripción "Comercio de Valenciennes". El sello de San Quintín ostentaba un busto de su santo patrón, y el de Armentières, un escudo con la flor de lis y el nombre de la ciudad.[8] Estos sellos eran importantes no sólo para el comprador, sino también para los inspectores aduanales, quienes fijaban los diferentes aranceles de acuerdo con la categoría de la tela y el lugar de manufactura. (Por ejemplo, los lienzos de lino que se introducían a las *cinq grosses fermes*, una zona aduanera del norte de Francia, generaban altos aranceles, a menos de que se pudiera probar que la tela era fabricada en las provincias francesas localizadas fuera de las *grosses fermes*.) Además de los sellos de plomo, los productores estaban obligados a coser o tejer su nombre y el de su ciudad en el extremo del lienzo.

Los anteriores y otros centenares de detalles consignados en el diccionario, muestran que la evaluación de las telas en el siglo XVIII requería más bien la destreza de un perito que la de un técnico. Cada trozo de hilo y tejido era producto de un trabajo hecho a mano, cuya calidad dependía de la habilidad del artesano, así como del juicio y la experiencia de los fabricantes-negociantes que compraban la fibra, la urdían y la ponían a disposición de los tejedores. En todo momento era necesaria la atención personal. El hecho de que un extremo de la pieza de tela exhibiera acabado excelente no constituía una prueba de que el otro extremo tuviese también buen terminado. Resultaba indispensable saber cuál era el tipo de defecto por buscar; estar familiarizado con las técnicas de producción y acabado; conocer los sellos de las distintas ciudades y las regulaciones en que éstos se basaban. El modo más seguro de diferenciar una *serge drapée* del verdadero *drap*, según se advierte en el artículo referido al término *serge*, consiste en que el *drap* genuino (tejido calado de lana de gran calidad) está compuesto por cinco rayas azules y siete blancas en el borde, mientras que la *serge drapée* confeccionada en Berry (tejido de lana de calidad inferior al que se daba un terminado similar) tiene sólo tres o cuatro rayas azules y un número semejante de blancas. En el caso del comerciante bien informado, estos pequeños detalles del lienzo le servían para identificar el origen geográfico, la calidad y el valor de la tela.

La geografía de la producción textil era compleja. En el diccionario, el artículo típico sobre un término como *serge* o *camelot* comienza con la descripción del tipo de tela, seguida inmediatamente por los nombres de las ciudades productoras de ese artículo. Puede incluir cierto análisis —cuya extensión varía según el caso— acerca de las variedades especiales fabricadas en cada localidad, junto con observaciones referidas a la reputación de dichas variedades. Por ejemplo, en Valenciennes se producía el *bouracan* de más alta calidad (un género de lana gruesa utilizado en la confección de abrigos y prendas impermeables). Los *bouracans* de Lila también estaban hechos a base de lana, pero eran de calidad inferior a los de Valenciennes. Los tejedores de Abbeville fabricaban un *bouracan* al que denominaban *façon de Valenciennes*, pero que no era en realidad ni tan fino, bueno y genuino como el de Valenciennes. Los *camelots* (otra variedad de tela de lana gruesa y calada) de Lila eran conocidos por su lustre, resultado del satinado en caliente aplicado durante la fase final del terminado. Empero, los *camelots* provenientes de Arrás eran "muy burdos, con textura similar a la de los *bouracans*". Un magnífico lino blanco denominado *cambrésine*, a pesar de que ya no se tejía en

Cambrai sino en Peronne, era de mucha mayor calidad que el artículo equivalente producido en Bretaña. El área de Ruán era famosa por la "cantidad y variedad" de linos que ahí se fabricaban; sin embargo, el vocablo *toile* del diccionario se abstiene cortésmente de incluir una referencia a la baja calidad de estos textiles, dato que pertenecía al dominio público de la época. Un buen número de *basins* (tela de algodón tejida con patrón) era importado de Holanda, no porque fueran mejores que los confeccionados en Francia, sino a causa de la pasión del consumidor por adquirir artículos extranjeros.

Referidos los lugares de la producción, el diccionario pasa a enumerar las regulaciones gremiales en materia de dimensiones de la tela, y el número de hilos empleados en la trama y urdimbre de las distintas variedades textiles de cada ciudad, pues en apariencia éste era el tipo de información que los negociantes esperaban encontrar en un libro de consulta y que les resultaba de gran utilidad para la realización de sus compras. Al final de cada artículo se incluye una lista detallada de los aranceles por concepto de importación y exportación de los géneros, tanto de las transacciones efectuadas entre Francia y otros países como de las llevadas a cabo dentro del territorio francés (donde existían numerosas aduanas internas). Tales listas se extienden a dos o más páginas en el caso de las variedades textiles más comunes.

El rápido desarrollo de la industria rural francesa a fines del siglo XVII y durante el siglo XVIII, sólo puede conjeturarse con base en la información brindada por el diccionario. Se incluyen referencias ocasionales a la producción rural; pero, en general, los nombres de las provincias y las ciudades que funcionaban como centros comerciales de dichas provincias son utilizados de modo intercambiable, o bien los nombres de las poblaciones son usados implícitamente para representar las regiones rurales que fabricaban bienes dirigidos a, y comerciables en, tales poblaciones.[9] Las variedades nuevas y no reguladas de artículos textiles relacionados con la producción rural son abordadas, si acaso, de forma superficial (debido quizá a la inexistencia de costumbres y regulaciones gremiales a este respecto). El diccionario no comenta nada del creciente contrabando de *indiennes* fabricadas en Francia (calicó o tela de algodón pintada por un lado que constituía una imitación excelente del textil original bengalí). Sólo describe brevemente la naturaleza de la combinación de lino y algodón denominada *siamoise*. Menciona el origen de ese nombre: una tela de algodón y seda usada por vez primera en Francia por el embajador de Siam en tiempos de Luis XIV. Empero, no hace ningún señalamiento sobre la extensión alcanzada por la producción no regulada de *siamoises* en la provincia de Normandía.

En definitiva, el centro de atención del diccionario está constituido por los gremios; por las antiguas variedades de tejidos de lana, lino y seda que aquéllos solían fabricar, y por el aparato regulador gubernamental tal como fue reformado y centralizado bajo la gestión de Colbert a fines del siglo XVII. Los conocimientos consignados en la obra tienen como objetivo familiarizar al lector con las regulaciones gremiales, con la compleja geografía de la producción de telas y con el saber popular en la materia. De hecho, algunos de los comentarios parecen haber sido escritos por un folklorista, tal como se evidencia en el pasaje siguiente a propósito del término *camelot*:

> Una cantidad prodigiosa de pequeños *camelotins*, muy angostos y ligeros, se continúa manufacturando en Lila y en varios otros lugares del Flandes francés. La mayor parte de ellos son enviados a España. Los flamencos les han asignado varios nombres en verdad curiosos. Los principales son los siguientes: *l'amparillas* o *nompareille; polimitte, polemit* o *polomitte; picotte* o *gueuse; quinette* o *guinette*, y *changeant*.

La tela de cáñamo confeccionada en Bretaña, para ser utilizada en las velas de los barcos, se dividía en cinco variedades, denominadas según la población de origen: *noyalle, perte locrenan, polledavy* y *petite olone*. Las cuatro variedades del lino tejido en los alrededores de Morlaix eran conocidas como *crés larges de trois quarts, crés communes, crés graciennes* y *crés rosconnes*. Cada una de estas variedades es diferenciada cuidadosamente en el artículo del vocablo *toile*. Las *étamines* de tejido flojo o suelto fabricadas en Reims, y empleadas en la confección de cedazos, eran llamadas *bluteaux* o *bouillons* (*bluter* significa cerner). Estos términos servían para distinguir tales variedades de *étamines* de las empleadas en la hechura de velos de monjas y otros atuendos eclesiásticos, así como de un gran conjunto de variedades brillantes. La palabra *étamines* se relaciona con el vocablo *tamis* (tamiz o cedazo); pero con el paso de los siglos y la proliferación de variedades y usos, el término perdió completamente su sentido original, de modo tal que las *étamines* destinadas a la elaboración de cedazos terminaron siendo denominadas de otra forma.

En el siglo XVIII, cualquier negociante mayorista debió estar en posesión de este tipo de conocimientos o, al menos, debió conocer a fondo los aspectos mercantiles relacionados con los productos con que realizaba sus transformaciones. Al mismo tiempo, la vasta cantidad de datos contenidos en el diccionario, cuya compilación representó más de una década de trabajo para los hermanos Savary, no estuvo disponible para nadie antes de la publicación de la obra. En efecto, la elaboración del diccionario constituyó un esfuerzo por con-

vertir el saber popular en conocimiento; pero, justamente porque se trató de una tentativa pionera en Francia, su valor para el historiador reside en que brinda un panorama del folklore de la producción textil, antes de que este tópico sufriera la influencia de proyectos sistematizadores como los implicados por los diccionarios, y en el preciso momento en que el comercio iniciaba su último periodo de gran auge previo a la mecanización.

Una característica de la perspectiva adoptada por el diccionario consiste en que el interés en la producción es siempre secundario. Los métodos productivos son mencionados porque influyen en la apariencia, el uso y el valor de la tela; porque las peculiaridades locales otorgan cualidades distintivas a ciertos tejidos, y porque las regulaciones gremiales los limitan. Sin embargo, apenas se describe la cuestión de la producción; se presupone que el lector no está involucrado directamente en ella. Lo cual resulta del todo cierto para la organización del comercio prevaleciente en la época de Savary. Los hiladores y tejedores trabajaban por cuenta propia, aplicando sus destrezas tradicionales a la confección de variedades legalmente definidas de tejidos. Los mercaderes ponían a su disposición las fibras o los hilos a través de comisionados, sin fijarse nunca en la gente que laboraba para ellos; compraban el producto terminado al comisionado sólo después del escrutinio cuidadoso del artículo que determinaba su valor. El control de la producción por los propietarios del capital era inexistente. Salvo en el caso de ciertos procesos de acabado, la elección del método de producción recaía en los gremios o en los tejedores rurales.[10] La actitud de Savary ante este hecho es decididamente complaciente. Acepta todo el complejo *statu quo* sin cuestionarlo, desde los nombres caprichosos que los tejedores flamencos otorgaban a sus linos hasta las voluminosas regulaciones arancelarias emitidas en Versalles. ¿Acaso estaba obligado a proceder de otro modo? Su gran experiencia reside precisamente en el extenso conocimiento que tuvo de todas estas peculiaridades y detalles.

Una rápida revisión del diccionario de Savary permite advertir cuán intrincadamente entrelazado estaba el comercio textil con la configuración de las instituciones del antiguo régimen. Con objeto de fijar el precio correcto de un rollo de lino, era menester hallarse familiarizado por completo con los métodos de operación del gobierno de Versalles, con las regulaciones y hábitos de las corporaciones privilegiadas de tejedores urbanos y mercaderes, con las costumbres del campesinado de las regiones distantes e ignotas, y con los gustos en materia de prendas de vestir de una sociedad altamente estratificada. El conocimiento de todos esos asuntos representaba una fuente

diaria de utilidades para los mercaderes, y un medio de vida para centenares de funcionarios gubernamentales y abogados.

Ahora bien, ¿cómo influyó la crisis de la década de los ochenta del siglo XVIII en ese tipo de conocimientos? A primera vista, la única respuesta que ofrece el diccionario es de carácter negativo. A pesar de ello, el trabajo de Savary fue reimpreso, en 1784, como parte de la grandiosa *Encyclopédie méthodique* de Panckoucke. Los cambios introducidos fueron mínimos. En apariencia, la clase de información sistematizada por Savary seguía siendo útil hacia esa fecha o, por lo menos, el astuto Panckoucke consideraba que era lo suficientemente provechosa como para correr el riesgo de reimprimir el diccionario.[11]

No obstante lo anterior, una mirada más cercana revela que esta reimpresión en una fecha tan tardía del periodo vital del *ancien régime* puede representar en sí misma un síntoma de la profundidad de la crisis. La historia que se halla en la base del éxito continuo de Savary sugiere, quizá, el motivo por el cual es necesario en ocasiones seguir haciendo cosas aunque ya se haya dejado de creer en ellas. Después de todo, es raro que el diccionario de Savary no haya sido sustituido por otro más actualizado, dada la moda de publicar obras de consulta (resultante del éxito logrado por la gran *Encyclopédie*) y el alto estatus de que disfrutaba el comercio. De hecho alguien trató de remplazar la obra de Savary, pero esta tentativa fracasó. En la introducción de la edición de 1784, los editores se disculpan por no ofrecer un trabajo más reciente a los lectores. Lamentan que el proyecto de un tal Abbé Morellet haya quedado incompleto y señalan que, por tanto, la de Savary era la única opción disponible.[12]

Morellet, compañero de escuela de Turgot y protegido de Trudaine de Montigny, una figura poderosa en las finanzas gubernamentales, había anunciado quince años antes, en 1769, su intención de elaborar un nuevo diccionario de comercio. En esa fecha un editor le había pedido actualizar la obra de Savary para reimprimirla, pero Morellet consideró que el libro era sumamente defectuoso. No le gustaba la perspectiva del funcionario aduanero. Morellet era un partidario radical de los fisiócratas, defensor del libre comercio y del derecho absoluto de la propiedad. Su proyecto de 1769 consistía en escribir un diccionario totalmente nuevo, dividido en tres partes: primera, una sección geográfica que abarcara ciudades, provincias y países, así como su producción y prácticas comerciales; segunda, una sección sobre la sustancias naturales y los productos derivados de éstas, y tercera, otra que abordara los términos y principios de la teoría de la riqueza.[13] He aquí una concepción sistemática en armonía con las nuevas corrientes de pensamiento de la ilustración. En sus memorias, redactadas mucho

tiempo después, Morellet explica el motivo por el cual nunca concluyó el proyecto, a pesar de haberle dedicado más de veinte años de trabajo.[14] Cuando propuso por vez primera el proyecto Morellet era considerado para ocupar un cargo en el Ministerio de Comercio, un sitio privilegiado para obtener información porque permitía el acceso a todos los recursos y experiencia del cuerpo de inspectores asalariados del ministerio, los cuales laboraban a nivel nacional. Trudaine de Montigny, *intendant de finance*, había prometido asignar ese puesto a Morellet, pero no pudo hacerlo. Una red rival de influencia política salió victoriosa en la contienda. Este constituyó sólo un pequeño episodio en el esfuerzo desplegado a lo largo de varias décadas por Trudaine y, antes que él por su padre, para integrar por completo el personal del ministerio con funcionarios fisiócratas. Padre e hijo no pudieron alcanzar nunca el éxito total en esa empresa. El sistema de inspección continuó albergando a muchos empleados partidarios de la regulación junto con los nuevos abogados del libre comercio. Así que la decepción experimentada con el caso de Morellet representó uno de los múltiples reveses sufridos en el curso de los años. La política del ministerio no tuvo jamás una orientación inequívoca en favor del libre comercio.[15]

En compensación por el empleo perdido, Morellet recibió una pensión gubernamental de 4,000 libras anuales, a fin de que continuara trabajando en el proyecto del diccionario. El dinero lo utilizó para contratar ayudantes y enviar centenares de cuestionarios; pero de acuerdo con lo señalado en las memorias, su falta de autoridad resultante de la condición de ciudadano privado obstaculizó la recopilación de informaciones. Además, según sus comentarios, en tanto pensionado gubernamental no podía darse el lujo de rechazar la solicitud de sus protectores en los ministerios, quienes le pedían que defendiera con escritos las políticas adoptadas por ellos. En la década de los setenta invirtió gran cantidad de tiempo redactando opúsculos favorables a las doctrinas de libre comercio de los funcionarios reales. En 1774, cuando su viejo amigo Turgot se convirtió en contralor general, la oficina de Morellet se volvió de la noche a la mañana el destino obligado de una procesión de peticionarios y cazadores de influencias. En virtud de una súplica explícita de Turgot, elaboró varios y prolijos folletos defendiendo las políticas establecidas por el mismo, en el marco de la guerra de panfletos provocada por las reformas del contralor.[16] El diccionario fue abandonado. Después de la caída de Turgot, Morellet continuó tras la pista de asuntos de actualidad. A principios de la década de los ochenta, su relación con Shelburne, primer ministro de la Gran Bretaña, le permitió contri-

buir en las negociaciones franco-británicas posteriores al fin de la guerra de independencia de Estados Unidos de América. En 1786, cuando Calonne demandó la creación de una asamblea de notables que aprobara los nuevos aranceles y las extensas reformas, el talento propagandístico de Morellet fue requerido de nueva cuenta y, en poco tiempo, quedó envuelto en el torbellino de la política revolucionaria. En resumen, y hablando en defensa propia, Morellet enfatizó que el trabajo implicado en la elaboración de un diccionario de comercio era demasiado arduo, que no contó con los recursos necesarios para desarrollar el proyecto y que los compromisos políticos consumieron buena parte de su energía.

No obstante lo anterior, cada uno de esos argumentos apunta en realidad a la misma circunstancia básica, esto es, al desarrollo de la crisis cultural que culminó en un proceso revolucionario. Los compromisos políticos consumieron su energía porque los reformadores del siglo de las luces que llegaron a desempeñar altos cargos en las décadas de los setenta y los ochenta del siglo XVIII, encararon grandes problemas para obtener la aceptación pública de sus políticas. Sus adversarios estaban aprendiendo a hablar el mismo idioma y podían replicar hábilmente las propuestas de Quesnay con base en las de Montesquieu, o combatir el fervor reformista de Turgot recurriendo a la moderación filosófica.[17] El debate público sobre asuntos fundamentales preocupaba a un número creciente de individuos de los estratos letrados. Asimismo, a Morellet se le negaron los recursos del Ministerio de Comercio porque la lucha interna por las posiciones de menor jerarquía y los favores políticos, iba de la mano con el debate público más amplio. Por último, la redacción de un nuevo diccionario de comercio se convirtió en una tarea demasiado complicada para Morellet, debido en parte a los propios éxitos limitados de sus protectores. En 1762 los monopolios de los gremios se hallaban debilitados. Durante la década de los sesenta, el libre comercio de cereales fue permitido por un tiempo; luego, anulado y, entre 1775 y 1776, rehabilitado. Turgot intentó abolir con un edicto el sistema gremial en su conjunto y todo el control regulativo de la realeza sobre la manufactura, pero fue destituido antes de que aplicara por completo el decreto. Su sucesor restauró los gremios sobre una base ligeramente alterada. Entre 1779 y 1781, Necker instituyó otra reforma fundamental en relación con los gremios y el aparato regulador del gobierno, estableciendo así su denominado sistema intermedio.[18] En los ochenta se verificaron otros cambios en materia de comercio de cereales. Y el tratado de libre comercio suscrito con Gran Bretaña en 1786, presagiaba efectos incalculable sobre el comercio francés. Cada

una de estas reformas hubiese implicado que Morellet revisara decenas, incluso centenares, de páginas del borrador del diccionario. Es fácil imaginar que, además de sus constantes distracciones, Morellet habría experimentado hacia 1780 un verdadero sentido de futilidad en torno a su proyecto. ¿Por qué tratar de escribir una obra de consulta antes de que la situación se calmara un poco? Sin embargo, nunca se calmó.

Resulta factible captar los problemas enfrentados por Morellet en un diccionario de comercio publicado un poco más tarde, en 1799, por uno de los excolaboradores de Morellet, J. Peuchet.[19] Es probable que éste haya partido del trabajo que había realizado para Morellet. El diccionario de 1799 está diseñado de acuerdo con una de las tres secciones planeadas por Morellet, a saber, la geográfica. La obra de Peuchet es un diccionario comercial integrado exclusivamente por nombres de lugares. La descripción típica de una ciudad o provincia francesa ofrece sólo detalles esbozados sobre el estadio entonces actual del comercio. Después de estas breves observaciones, aparece una extensa información acerca de la situación prevaleciente antes de la revolución. A menudo se incluyen largos pasajes sobre regulaciones gremiales en vigor hasta 1781, seguidos por denuncias vehementes de las injusticias del sistema gremial prerrevolucionario. En otros casos, se presentan voluminosas estadísticas demográficas e industriales, extraídas de las publicaciones de los setenta y los ochenta del siglo XVIII. En efecto, Peuchet no sabía casi nada del comercio de los años noventa, lo cual no resultaba raro en virtud de las graves dificultades que el gobierno enfrentaba en materia de recopilación de información durante la década revolucionaria. Y todo lo que Peuchet sí sabía ya no tenía ninguna aplicación. El resultado fue una obra de consulta retrospectiva. Este trabajo también quedó incompleto, confinado de modo exclusivo a términos geográficos, sin duda porque su autor se dio cuenta de la inutilidad de desarrollarlo. Cuando el cambio alcanza determinado ritmo, las obras de consulta se vuelven imposibles. El diccionario de Savary fue reimpreso en 1784 por que sus firmes certezas, producto de una era más segura, no podían duplicarse. Reunía todos los ingredientes intelectuales necesarios para llevar a cabo un nuevo tipo de trabajo. Empero, las actitudes de la ilustración que habían inspirado el plan original de Morellet ejercían tanta inestabilidad en la realidad social, que ya no le fue posible completar su proyecto con base en el nuevo modelo. El modelo antiguo, puesto en duda, permaneció sin remplazo.

En la edición de 1784 los editores incluyeron en el diccionario de Savary algunas modificaciones, en un esfuerzo por adecuarlo a la

nueva situación. En ninguno de los centenares de artículos que abordan los controles productivos de los gremios, se sugiere que tales controles se hubiesen vuelto opcionales. Sólo al examinar el texto descriptivo de los *jurandes* (gremios) se puede hallar un análisis de las reformas decretadas por Turgot y Necker. La extensa información de Savary sobre las aduanas internas aparece entrecomillada, debido a causas que no quedan del todo claras. Sus observaciones en favor de la regulación se oponen a la propaganda defensora de la libertad de comercio que es insertada en ciertos puntos del libro. El efecto del conjunto es por completo azaroso e insatisfactorio. El destino de la vasta experiencia de Savary fue su cuestionamiento global por parte de individuos incapaces de impugnarla o sustituirla en detalle. Sin embargo, ¿acaso no es éste otro síntoma de la crisis cultural? Cuando el sentido común acumulado en el pasado se enfrenta a un reto fundamental, la estructura donde aquél está contenido es obligada a sobrevivir en una especie de limbo; no puede ser remplazada en un solo día.

Si ése fue el destino de la obra de Savary, ¿qué sucedió entonces con la experiencia acumulada por los mercaderes textiles y los funcionarios gremiales de toda Francia cuando apareció el proyecto incierto de las amplias reformas? El que su conocimiento haya experimentado un destino paralelo al de Savary, es algo que se puede advertir claramente con base en la reflexión sobre las circunstancias que rodearon la formulación, entre 1779 y 1781, del "sistema intermedio" para el comercio textil. Este sistema, propuesto por Necker, estaba lleno de incongruencias. Dejaba inalterados todos los gremios y los mercados oficiales con sus inspectores de la realeza, para que continuaran operando exactamente del mismo modo en que lo habían venido haciendo. Empero, convertía el uso de tales instituciones en una decisión opcional del mercader o el productor. Cualquiera que no deseara someterse a las restricciones gremiales o a las regulaciones productivas reales, sólo tenía que trasladar su tela al mercado y adherirle un sello especial en el que destacaba la palabra *libre*. Necker ideó este "sistema intermedio" como una forma de arreglo entre las facciones partidarias del libre comercio y las defensoras de la regulación. Sin embargo, la esencia misma del control gremial era su naturaleza obligatoria. Si los gremios no tenían por lo menos monopolios locales de sus oficios, entonces no podían funcionar. Su propia razón de ser era garantizar los medios de vida de los productos locales mediante la disminución de la competencia entre ellos. ¿Cómo podían lograr su meta si debían competir en igualdad de circunstancias con los fabricantes no agremiados?

A Necker no le interesaba en apariencia la supervivencia de los gremios en tanto instituciones, sino la supervivencia de otra cosa, a saber, la del modo de conocer los bienes y la sociedad. Ambos tipos de conocimiento estaban, como hemos visto, íntimamente vinculados.

Las opiniones expresadas por numerosos mercaderes y otros individuos en cartas y peticiones dirigidas a Necker, durante el periodo en que éste preparaba su propuesta de reforma, muestran una preocupación abrumadora ante el peligro de sufrir fraudes. En opinión de dichas personas, si se abolían los gremios el fraude generalizado alejaría a los consumidores de los productos franceses e inevitablemente deterioraría el comercio. Sin los gremios iba a ser fácil cometer fraudes. Los consumidores carecían del conocimiento necesario para saber si se utilizaban técnicas de terminado para disimular desproporciones y defectos en el hilado o el tejido. No contaban con la experiencia suficiente para determinar si la lana era española o francesa, si el lino había sido mezclado con cáñamo, si la pieza textil era algunos centímetros más angosta que la medida estándar o si el número de hilos de la urdimbre había sido reducido en una pequeña fracción con objeto de ahorrar dinero. Ante tales incertidumbres, los consumidores iban a comprar productos holandeses e ingleses y a evitar los franceses.[20] Ahora bien, ése no era el argumento favorito de los conservadores. Cuando denunció el edicto de Turgot que disolvía los gremios, el parlamento de París consideraba que la amenaza de fraude tenía sólo una relevancia secundaria; en su Reconvención al Rey, los magistrados destacaban el colapso general en materia de orden, subordinación y disciplina que podía producirse como resultado de la desaparición de los gremios.[21] Sin embargo, quienes estaban directamente involucrados en el comercio y defendían a los gremios, se concentraban en la amenaza de fraude contra la prosperidad de Francia y en la función desempeñada por los gremios para impedir dicho fraude. Este era el razonamiento al que el arreglo de Necker pretendía ofrecer una respuesta. Según el sistema de éste, cualquier individuo que mostrara inquietud ante los posibles engaños, aún podía encontrar en el mercado la tela que estaba acostumbrado a comprar, la cual seguía siendo producida, sometida a inspección y registrada del modo hasta ese entonces habitual. Todos los demás quedaban en libertad de adoptar el sistema de *caveat emptor*. La vasta acumulación de experiencia sobre las regulaciones gremiales (los sellos de plomo, las marcas en las orillas de la *serge drapé*, el lustre superior de los *camelots* de Lila, etcétera) no se volvía absoleta de la noche a la mañana.

En 1779 muchos participantes en el comercio textil admitían que sus propios medios de vida se basaban, en gran parte, en el conocimiento detallado del amplio conjunto de prácticas establecidas por los gremios y el gobierno. Independientemente de que creyeran o no en la eficacia del sistema gremial, continuaban adheridos a éste porque, en tanto artefacto cognoscitivo que otorgaba un sentido al mundo, en tanto instrumento de peritación, seguía siendo insustituible. Así como los editores que reimprimieron el diccionario de Savary entre 1783 y 1784 esparcieron añadidos y dudas a lo largo de la obra sin alterar en mayor medida su esencia, el sistema intermedio de Necker suspendía el mecanismo de control sin abolirlo. Si Necker hubiese seguido el ejemplo de Turgot y abolido por completo los gremios, nadie hubiera soñado con reimprimir el libro de Savary en 1784; el diccionario hubiera quedado reducido al estatus de curiosidad histórica. Empero, el arreglo de Necker reconoció lo que los editores de Savary sabían muy bien: que aún no se contaba con nada disponible para remplazar el tipo de conocimiento consignado por Savary. Así, la nueva política fue una combinación maravillosa de rigidez e improvisación.

Hoy sabemos que el fraude masivo no constituye necesariamente el resultado del libre comercio. Sin embargo, en 1780 era factible creer en ese peligro, pues resultaba imposible prever el conocimiento que se desarrollaría junto con el libre comercio. En la industria textil francesa el tipo de conocimiento que engendró el libre comercio, fue rigurosamente diferente del que había estado en posesión del perito durante el siglo XVIII. La experiencia del empresario sustituyó la peritación. La preocupación por los procesos productivos remplazó al interés en la apariencia de las telas terminadas. En la práctica las actividades del examen y fijación de precios de un rollo de tela siguieron siendo muy similares; pero las ideas que se hallaban en la base de dichas actividades habían sido reformuladas cabalmente, de acuerdo con nuevos principios. Y el establecimiento de tales hábitos de pensamiento en toda la industria (la clarificación de los nuevos principios y el entendimiento de su aplicación a cada variedad de tela producida por la industria), representó una tarea monumental. Un indicio de la magnitud de esta labor puede obtenerse al analizar otro diccionario de comercio, publicado en 1839 por la editorial Guillaumin: el *Dictionnaire du commerce et des marchandises*.[22] Este libro no fue escrito por una sola persona, sino por un comité de cuarenta y tres profesores, negociantes y banqueros. Al reunir los conocimientos relacionados con campos especiales y hacer uso de un gran conjunto de nuevas concepciones sobre los bienes que habían sido desarrolla-

das penosamente a lo largo de medio siglo de aplicación del libre comercio, estos expertos elaboraron una obra de consulta con un enfoque tan maduro y consistente como el de Savary, y mucho más detallado. Hacia 1839 semejante proeza era posible.

En cuanto a su estructura general, el diccionario de 1839 parece cumplir el proyecto original de Morellet de 1769. Aborda tópicos geográficos, temas sobre las sustancias naturales y los productos derivados de éstas, así como asuntos vinculados a la teoría de la economía política. La principal diferencia reside en que estas cuestiones no aparecen en secciones separadas de la obra, sino entremezcladas por orden alfabético. Asimismo, el papel desempeñado por las entradas que tratan de la teoría son mucho más reducidas que las planeadas por Morellet; difícilmente representan 5 por ciento del total de 2 252 páginas. Las doctrinas de la economía política predominan en las entradas teóricas de *precio (prix), salarios (salaires), comercio (commerce)* y *capital*; empero, los autores no temen diferir de la doctrina oficial cuando se sienten tentados a hacerlo. No hay entradas para las categorías de *mercancía*, *materia prima* o *producción*. Las descripciones relativas al *interés* y el *mercado* están llenas de detalles prácticos, pero exentas de análisis teórico. No existe ningún intento por exponer la teoría de la economía política en su conjunto. En otras palabras, la teoría ya no constituía un campo de batalla en la época en que fue escrito el diccionario. Reinaba un nuevo lenguaje teórico que era aceptado sin discusión; los desacuerdos expresados a través de este lenguaje no provocaban reacciones enconadas.

No obstante lo anterior, si la teoría explícita es acallada en el diccionario de 1839, la aplicación implícita de los nuevos principios a la organización de los datos se evidencia a lo largo de la obra. La presentación de cada término es muy diferente de la de Savary. Por ejemplo, la descripción de *draperie* es vinculada directamente al proceso productivo. Se lleva a cabo un esfuerzo por destacar el proceso que distingue al *drap* de otras variedades de tela:

> La tela *drapée*, propiamente dicha, está confeccionada íntegramente de lana cardada, cepillada con pelaires, extendida, desmochada y prensada. Uno de sus principales rasgos reside en el tejido extremadamente holgado del telar, penetrado con facilidad por la luz, cuya amplitud suele ser dos veces más grande que la alcanzada por la tela ya acabada. Mediante la operación de terminado, este producto se reduce a su anchura normal y adquiere la textura y el tacto característicos del *drapée*.

En comparación, Savary es muy vago a este respecto:

> El *drap* es propiamente una tela hecha de hilos dobles entrelazados, un grupo de los cuales, denominado la urdimbre, se extiende longitudinalmente de un extremo a otro, mientras que los del otro grupo, llamado la trama, están dispuestos a lo ancho del tejido. Los *draps* se confeccionan en telares al igual que los linos, *droguets, étamines, camelots* y otras variedades de telas que carecen de patrones o diseños.

Savary ofrece una lista de doce aspectos por verificar cuando se evalúa una pieza de *drap*. En su opinión es fundamental confirmar que el *drap* haya sido cardado apropiadamente, de forma tal que todos los cabos sueltos hayan sido jalados y las hebras cortadas en forma pareja. Sólo aquí, en tanto características que el perito debe evaluar, menciona métodos especiales de producción. Savary comenta tales métodos, pero su descripción adopta la forma de una receta dirigida a fabricar un buen *drap*. En otras palabras, le interesa la cuestión productiva únicamente en la medida en que posibilita confeccionar un artículo de alta calidad. (Uno debe asegurarse, advierte Savary, de que los hiladores hagan los hilos de la urdimbre un tercio menos gruesos que los de la trama, y que están más esparcidos que los de ésta. Otra recomendación típica: la tela debe permanecer húmeda durante el proceso de corte; esto se logra salpicando ocasionalmente con agua la superficie del tejido. En cambio, en el diccionario de 1839 aparecen a su debido tiempo dos páginas que describen el proceso productivo, repletas con referencias a los progresos técnicos logrados en los cincuenta años previos a la impresión de la obra, así como a los ahorros en materia de mano de obra posibilitados por tales progresos. El artículo explica la forma en que las decisiones sobre las materias primas y los hilos utilizados influyen en la calidad y la apariencia del producto final; pero sin prescribir, al modo de Savary, que sólo deben emplearse los mejores métodos. Se analiza el advenimiento de la hilandería mecánica y el reciente invento de una ingeniosa máquina para desmochar los cabos que funcionaba exactamente igual que las antiguas cortadoras de césped.)

El artículo de Savary concluye con una página y media dedicada a los aranceles de las aduanas internas que se aplican a los *draps* fabricados en diversas ciudades. El artículo de la edición de Guillaumin finaliza con cuatro páginas en las que se clasifica la producción del *drap* en cada región, mencionando las variedades locales, las cantidades y los precios de los artículos, así como los cambios en las fortunas locales provocados por la competencia prevaleciente en las últimas décadas. A la perspectiva del interés en la calidad y del perito orientado hacia el comercio la sustituye la del interés en los costos y del empresario orientado hacia la producción. Sin embargo,

para lograr esta modificación fue necesario repensar completamente centenares de detalles cotidianos relativos a la producción del *drap*, y reorganizarlos de forma tal que se adecuaran al nuevo conjunto de principios generales. Para Savary, el *drap* —como cualquier otro término textil— era una palabra definida por la regulación gremial para designar una tela fabricada en diversas ciudades donde tales regulaciones habían sido elaboradas e impuestas. No tenía necesidad de definir el término con base en los métodos de tejido y terminado. Su objetivo era distinguir correctamente la calidad, del mismo modo en que la meta de la regulación consistía en mantener la calidad. Para los autores del diccionario de Guillaumin, la regulación no constituye un tema de exposición. Nada se interpone entre el productor y el comprador; el proceso de producción en sí mismo es la única fuente posible de distinciones para determinar lo que es una tela.

Las evidentes diferencias de enfoque en las descripciones del *drap* aparecen consistentemente en otros pasajes de ambos diccionarios. Por ejemplo, en la entrada del término *camelot*, Savary vuelve a ofrecer una definición muy general:

> CAMELOT. Tejido de punto de tafetán compuesto de una urdimbre y una trama, y producido con una lanzadera en un telar de dos pedales, al igual que el lino a la *étamine*.
>
> Los *camelots* están confeccionados en distintas anchuras y extensiones, según la variedad y la calidad del lugar de manufactura. Son hechos con toda clase de colores. Algunos contienen pelo de cabra tanto en la urdimbre como en la trama; otros llevan pelo de cabra en la trama, y mitad de pelo de cabra y mitad de fibra de seda en la urdimbre; otros más emplean lana en la trama y la urdimbre, y aún otros más incluyen una trama de lana y una urdimbre de lino.

Por otra parte, en el dicccionario de Guillaumin se explica que los *camelots* son originarios de Turquía, donde se les confeccionaba con pelo de cabra de Angora, y que luego se extendieron a Europa:

> Ha resultado inútil el esfuerzo de diversos productores europeos por imitar los *camelots* de Angora; ha sido necesario combinar otras fibras, tales como seda, pelo de cabra, algodón y lino, mezcladas mediante varios métodos. Con base en ello, se han obtenido diferentes clases de tejido, las cuales se comercian de acuerdo con distintos nombres.

De nuevo, el rasgo característico de la tela llamada *camelot* se localiza en el proceso de producción; en este caso, en una materia prima exótica que ha sido difícil de imitar. Los diversos tipos de *camelot* confeccionados en Europa son tratados por el diccionario de Guillau-

min como artículos obtenidos con base en una serie de experimentos más o menos fallidos. Para Savary, el asunto de la imitación no es digno siquiera de mención.

En general, el diccionario de 1839 incluye menos comentarios que la obra de Savary sobre las variedades específicas de las telas, pero muchas más referencias acerca de las categorías amplias (como la del *drap*). El examen cuidadoso de las descripciones sobre variedades específicas muestran el motivo por el cual se les ha considerado menos importantes: la moda ha cobrado su ritmo. Por ejemplo, la *napolitaine*, una tela de lana inventada hacia 1820, apenas es analizada. Al principio este textil fue clasificado como una imitación del tejido de *merino* (otra nueva variedad) por los mercaderes que tenían existencias excesivas de tela de lana cardada. Teñido de colores brillantes, este producto se parecía al tejido de *merino*, pero se vendía a un precio mucho menor. Pronto las *napolitaines* gozaron de la preferencia de un gran número de consumidores; sin embargo, poco tiempo después perdieron su atractivo ante el surgimiento de nuevas variedades de tejidos baratos. (Los nombres de éstos son mencionados pero, a juicio de los autores, no merecieron entradas propias.) En tales referencias puede advertirse que el ritmo cobrado por la moda se relaciona con los constantes cambios verificados en los métodos de producción.

Una preocupación consistente en torno a la producción aparece también en todas las categorías nuevas incluidas por el diccionario de Guillaumin. Las entradas geográficas ofrecen información casi exclusivamente sobre los tipos de productos fabricados en los lugares en cuestión; la atención de la obra se centra en aspectos peculiares de las industrias locales, su historia, dimensión, productividad y precios. Además, se consignan extensos datos acerca de las materias primas que superan todo lo dicho por Savary en la materia. El artículo sobre el hierro (*fer*) tiene una extensión de quince páginas, y el del carbón (*houille*), veintitrés. El algodón (*coton*) es sometido a un tratamiento exhaustivo. Unas treinta páginas de la obra se ocupan de las materias primas en sí mismas, abarcando lo relativo a las plantas, las fibras y sus propiedades químicas y mecánicas, así como las etapas de su transformación en hielo. Se ofrece una historia de la industria algodonera, con atención especial en el caso inglés ("el fenómeno más extraordinario en la historia de la industria"). Se presenta una comparación de los costos de producción del hilo de algodón en Inglaterra y Francia, que contiene cuadros extensos con datos de las cosechas, los precios y el consumo, confrontados con los del siglo anterior. Un artículo separado, de cuatro páginas de extensión, trata de las telas

de algodón (*tissus de coton*), donde se examinan los procesos de tejido, los precios y los usos que los consumidores pueden dar a estos textiles.

Tales diferencias no reflejan meramente un cambio económico; no pueden ser explicadas tan sólo como el resultado de avances técnicos fomentados por la competencia abierta. Se modificó la noción misma de mercancía, y cada mercancía específica traficada en la sociedad europea debía ser reconcebida a la luz de dicha modificación. Las revoluciones en la esfera de las ideas no se logran rápidamente. Desde luego, la inmensa tarea de reconcepción representada por el diccionario de Guillaumin era inseparable de los cambios igualmente importantes que se verificaban en el terreno de la práctica. Empero, se debe admitir que las modificaciones del pensamiento y la práctica no coinciden de modo perfecto. Simplificando el asunto, podemos decir que el productor de *drap* podía llevar a cabo su labor en 1839 de una manera muy similar a la del fabricante de 1730, mientras que su concepción sobre dicha labor podía haberse modificado drásticamente, preparándolo para aceptar, por ejemplo, la introducción de una nueva tundidora. En el ínterin, sólo aquéllos involucrados en la creación de la nueva máquina estaban cambiando tanto su práctica como sus ideas.

El periodo comprendido entre la aparición del diccionario de Savary y la publicación de Guillaumin se caracterizó por una serie de desfasamientos entre el pensamiento y la práctica, los cuales constituyeron uno de los aspectos de la crisis cultural del antiguo régimen. En el siglo XVIII, hasta aproximadamente 1760, ciertas características de la práctica (sobre todo, el sistema de producción extragremial que operaba en el campo) rompieron con el principio reinante. Hacia esa época, algunos pensadores (los fisiócratas) intentaron extraer las conclusiones necesarias de tales prácticas novedosas e imponer reformas desde arriba basadas en dichas conclusiones (los edictos de Laverdy entre 1763 y 1765 otorgaban libertad a la producción rural de bienes; el intento en 1776 de Turgot de abolir los gremios). Sin embargo, estas medidas se toparon con una resistencia generalizada, pues la mayor parte de las ideas y ciertas prácticas estaban amenazadas de disolución legal como consecuencia de los cambios. El sistema intermedio de Necker, formulado entre 1779 y 1781, no pretendía tanto salvar a los gremios como preservar el modo gremial de concebir los artículos textiles, el cual representaba una especie de capital social, algo tan importante y necesario para las transacciones cotidianas que no podían suprimirse sin provocar la confusión en la esfera comercial. Quienes predecían el fraude generalizado como resultado de la abolición de los monopolios gremiales en realidad tenían razón

a su modo. Antes de que el conocimiento fuera reconstruido con base en el sólido fundamento de la noción de proceso productivo, resultaba muy difícil clasificar y evaluar los bienes en ausencia de la antigua estructura reguladora.

No obstante, en 1789, quizá en parte como consecuencia de los imponderables del momento y de la lucha interna institucional (del hecho, por ejemplo de que una crisis fiscal haya coincidido con una cosecha desastrosa), las medidas parciales del tipo de las formuladas por la reforma de Necker fueron abandonadas. La clase de erudición de Savary constituía sólo una pequeña gavilla de la gran hoguera que iba a encenderse en Francia entre mayo y agosto de ese año. Fue enunciada una nueva serie de principios generales temerarios (comprendidos en la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano), los cuales eran tan generales que su aplicación práctica a la vida cotidiana resultó en esa etapa muy poco clara. El pensamiento dejó atrás a la práctica, pero con un costo considerable en materia de claridad y facilidad de la interacción cotidiana. La incertidumbre y la desconfianza se generalizaron. Aunque los nuevos principios generales hubieran contado con un respeto universal constante (lo cual no sucedió), aunque no hubiese existido un rencor que separara a los ricos de los pobres (el cual sí se dio), la aplicación de los nuevos principios representaba una tarea difícil. Y lo fue en realidad: transcurrieron veinticinco años de disturbios, durante los cuales se pusieron en práctica numerosos y muy diferentes modos de aplicación, antes de que comenzara a vislumbrarse un nuevo mundo estable.

Estas reflexiones sobre la naturaleza de la crisis cultural de las décadas prerrevolucionarias en Francia, pueden sugerir un modo de suministrar a las teorías prevalecientes de la cultura una indispensable dimensión histórica. La situación, que llegó a su punto culminante en la década de los ochenta del siglo XVIII, quizá constituya una característica más o menos permanente de todas las culturas y las épocas. En esa coyuntura la sociedad francesa contaba con un conjunto gradualmente evolucionado de prácticas e instituciones, con siglos de antigüedad, que eran cuestionadas en sus aspectos más fundamentales. Tanto los nuevos modos de pensamiento (desarrollados sólo de forma parcial) como los nuevos modos de producción (aplicados sólo en planos locales) no encajaban con las viejas estructuras e impulsaban el desarrollo de conocimientos que pudieran transformar tales estructuras a la mayor brevedad posible. El problema residía en la inexistencia de una vía para sustituirlas que no provocara un prolongado y penoso trabajo de reconcepción; sin embargo, ninguna sociedad puede sobrevivir mucho tiempo si no

dispone de un conjunto bien elaborado de prácticas basadas en principios generales reconocidos públicamente. De ahí la agonía de la indecisión entre las medidas reformistas y la conmoción de la revolución, la que como un terremoto sacudió todos y cada uno de los hábitos mentales.

Sin duda, toda sociedad experimenta en un grado u otro un estado de tensión similar en donde la inercia del hábito sustentado en principios antiguos y bien establecidos sufre el ataque del libre juego del pensamiento especulativo, el cual está formulando continuamente principios generales nuevos potencialmente rivales, o también el ataque de los inesperados desarrollos técnicos, comerciales y militares, que exigen en respuesta nuevas formas de pensamiento. Ahora bien, el pensamiento no puede nunca enunciar con suficiente detalle los nuevos principios, de forma tal que resultase posible ponerlos a funcionar de inmediato en el plano social en su conjunto. Las personas se adhieren a lo que ya conocen, sin ninguna referencia de la validez intelectual de lo ya conocido, porque aprecian las prescripciones detalladas de la interacción social, cuya elaboración implica largos años de esfuerzos. Si ésta es una inferencia aceptable, entonces la noción tradicional de reforma que en occidente se remonta hasta el siglo de las luces se ha interpretado de una manera profundamente incorrecta.

Los reformadores del siglo de las luces, como Turgot y Condorcet, creían que la sociedad era completamente receptiva al cambio instantáneo fundamentado en los principios racionales. Todo lo reducían a que la gente reconociera el poder persuasivo de una nueva idea; la práctica se apegaría a dicha idea de modo automático. Por tanto, los revolucionarios de 1789 no tuvieron conciencia de cuán grande fue su trabajo de destrucción, ni de qué difícil resultaba remplazar lo que habían derribado. Esta misma noción —es decir, que el cambio práctico se desprende directamente de la persuasión intelectual— aún dirige la mayor parte de nuestra vida política actual, de las manifestaciones en contra del racismo o del uso de armas nucleares hasta la retórica habitual de las campañas políticas, las conferencias de prensa y la legislación reformista. Sin embargo, es probable que los individuos rechacen las reformas por motivos que no tengan nada que ver con el mérito intelectual de éstas y que, por la misma causa, su confinamiento al presente no surja de un profundo conservadurismo. Al igual que los peticionarios que solicitaron la retención de los gremios en 1779, quizá la gente simplemente se resista al vacío resultante de la abolición de millares de prácticas familiares y su sustitución con abstracciones.

Desde luego, el hecho de mirar las mercancías a través de obras de consulta tiene muchas limitaciones para enfocar el problema de la crisis cultural. Si la ventaja de esta aproximación es que revela la estructura profunda del pensamiento social que se halla en la base del uso y el intercambio de cualquier mercancía, su desventaja consiste en que los libros de consulta llenos de descripciones de cosas y procesos pueden versar sólo sobre una etapa estable. Es imposible acceder a las relaciones humanas vivas, y a los términos en constante cambio de acuerdo y conflicto que determinan la forma de dichas relaciones. Sin embargo, los estudiosos de la sociedad necesitan tanto tales herramientas como los propios actores sociales. Sólo con base en la sólida comprensión de una estasis particular (aunque sea abstracta), es posible apreciar las implicaciones del conflicto y de las aspiraciones del cambio generalizado.[23]

Por último, vale la pena señalar que el examen minucioso de las humildes mercancías del comercio cotidiano no sólo destaca el conjunto enciclopédico de conocimientos que las personas deben manejar para mantener una rutina social, sino que también descubre la indispensable intimidad que siempre subiste entre las relaciones sociales y las cosas.

NOTAS

[1]Véase la excelente revisión de las investigaciones recientes en William Doyle, *Origins of the French Revolution*, Oxford, 1980; para una defensa elaborada del enfoque basado en el conflicto de clase, consúltese Michel Vovelle, *La chute de la monarchie, 1787-1792*, París, 1972.

[2]Tal es el caso de François Furet, *Penser la Revolution Française*, París, 1978, y de William H. Sewell, *Work and Revolution in France: The Language of Labor from the Old Regime to 1848*, Cambridge, 1980.

[3]Al respecto, véase Steven L. Kaplan, *Bread, Police, and Political Economy in the Reign of Louis* XV, 2 vols., La Haya, 1976; Eugène Tarlé, *L'Industrie dans les campagnes en France à la fin de l'ancien regime*, París, 1910; Alfred Cobban, *The Social Interpretation of the French Revolution*, Cambridge 1964; Jean Queniart, *Les Hommes, l'église, et dieu dans la France du XVIIIe siècle*, París, 1978.

[4]Theda Skocpol habla de una crisis más bien institucional que social o cultural en *States and Social Revolutions: A Comparative Analyses of France, Russia, and China*, Cambridge, 1979. Con respecto a la imposibilidad de separar gobierno y sociedad en el antiguo régimen, véase David D. Bien, "The Secrétaires du Roi: Absolutism, Corps, and Privilege under the Ancien Régime", en Ernst Hinrichs, Eberhard Schmitt y Rudolf Vierhaus, comps., *Vom Ancien Régime zur französische Revolution: Forschungen und Perspektiven*, Gotinga, 1978, pp. 154-168.

[5]Jacques Savary des Bruslons, *Dictionnaire universel du commerce*, 2 vols., París, 1723. Este trabajo fue publicado póstumamente bajo la dirección de un hermano del autor, Philemon-Louis Savary. Este último publicó un volumen complementario en 1730, que fue integrado a los dos anteriores en una segunda edición de 1741. En 1744,

en Ginebra, apareció una versión en cuatro volúmenes. En 1750, una edición revisada, publicada primero en París y luego en Ginebra, incluyó un volumen adicional compuesto por artículos complementarios. Otras ediciones, que incluían un número mayor o menor de "mejoramientos", aparecieron en Londres (1751-1755) y en Copenhague (1759-1765). En la portada de la edición de 1784 no se menciona a Savary; sólo registra el título de *Encyclopédie méthodique ou par ordre de matières. Commerce*. Para la elaboración de este trabajo, se consultó tanto la edición de 1750 (París-Ginebra) como la de 1784. En virtud de que todas las referencias al diccionario se citarán de acuerdo con los vocablos y no con la página en que aparecen, es posible consultar cualquier edición. Para un análisis completo de la historia del diccionario, véase J.C. Perrot, "Les dictionnaires de commerce au XVIIIe siècle", en *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 28,1981,36-67.

[6]J.C. Perrot, *op. cit.*

[7]Una revisión de los análisis recientes está contenida en Doyle, *op.cit.*, pp. 66-95; véase también Robert Darnton, *The Business of Enlightenment: A Publishing History of the Encyclopédie, 1775-1800*, Cambridge, Mass., 1979, pp. 509-519.

[8]A fin de consultar las descripciones de estos sellos, véanse las entradas *toile* (subsección "Marques des toiles blanches") y *sergetterie*.

[9]Un buen ejemplo de este caso está ilustrado en el vocablo *batiste*.

[10]Para un análisis detallado, véase William M. Reddy, *The Rise of Market Culture: The Textile Trade and French Society, 1750-1900*, Cambridge, 1984, pp. 22-47.

[11]Darnton, *op. cit.*, pp. 395-472.

[12]Véase la "Advertencia", vol., 1. p. 1. Respecto de la *Encyclopédie méthodique* y del editor Panckoucke, véase Darnton, *op. cit.*

[13]Abbé André Morellet, *Prospectus d'un nouveau Dictionnaire de commerce, par M. l'abbé Morellet, en cinq volume in-fol., proposés par sousscription*, París, 1769.

[14]Abbé André Morellet, *Memoires*, 2 vols., París, 1821; esta obra fue redactada hacia 1802. Estoy en deuda con Robert Darnton, pues él me señaló la existencia del libro y rescató el tópico ahí tratado. Véase también Perrot, *op. cit.*, para un análisis de la trayectoria de Morellet.

[15]Con respecto al ministerio, véase André Remond, *John Holker, manufacturier et grand fonctionnaire en France au XVIIIe siècle, 1719-1786*, París, 1946; Harold T. Parker, *The Bureau of Commerce in 1781 and Its Policies with Respect to French Industry*, Durham, Carolina del Norte, 1979. Asimismo, el profesor Parker está preparando un estudio de las actividades del ministerio en la década de los ochenta del siglo XVIII, cuyo borrador me permitió amablemente examinar.

[16]Véase, por ejemplo, Abbé André Morellet, *Analyse de l'ouvrage intitulé: "De la législation et du commerce des grains"*, 2 vols., París, 1775.

[17]Al respecto, véase la "Reconvención del Parlamento de París de 1776", en Jules Flammermondt, comp., *Remonstrances du Parlement de Paris au XVIIIe siècle*, 3 vols., París, 1888-1889; véase también Necker, *Sur la législation*. Un examen más detallado aparece en Edgar Faure, *12 mai 1776, la disgrace de Turgot*, París, 1961.

[18]Véase Parker, *op. cit.*, pp. 31-37; Archives Nationales (en lo subsecuente, AN), f^{12}654, f^{12}657.

[19]J. Peuchet, *Dictionnaire universel de la géographie commerçante*, 5 vols., París, 1799-1801.

[20]Véase especialmente el resumen de la opinión partidaria de los gremios en AN, F^{12}654, "Extrait des avis".

[21]Flammermont, *op. cit.*, vol. III, pp. 368-388.

[22]2 vols., París 1839. Las referencias de esta obra incluidas en el presente ensayo también son citadas por vocablo o término y no por página.

[23]He considerado registros de números episodios de conflicto que datan del periodo en cuestión en *The Rise of Market Culture*, *op. cit.*

X. LOS ORÍGENES DE LA *SWADESHI* (INDUSTRIA DOMÉSTICA): TELAS Y SOCIEDAD HINDÚ, 1700-1930

C.A. BAYLY

Después de 1905, las importaciones británicas de telas hacia la India y la destrucción consecuente de la producción artesanal de ese país de Asia meridional se convirtieron en el tema clave del nacionalismo hindú. En las manos de los líderes bengalíes, en un primer momento, y de Mahatma Gandhi y sus partidarios, en una etapa posterior, la necesidad de apoyar las industrias *swadeshi* (domésticas) y de boicotear los productos extranjeros fue entrelazada con nociones de buena vecindad, patriotismo, pureza y sacrificio, todo lo cual suministró ideologías unificadoras más poderosas que cualquier petición aislada de representación política o independencia. La destrucción del tejido indígena y la afluencia de telas foráneas se volvieron símbolos visibles y materiales para los nacionalistas, comparables a aquéllos representados en otras sociedades por motivos literarios o legendarios: la "pérdida del país" en Indochina y China, la llegada del Rey Justo en Indonesia, o la idea del final del Exilio Babilónico en las sociedades caribeñas y africanas.[1]

El que un textil haya podido evocar símbolos tan poderosos de comunidad y conducta apropiada, se debió al importante papel desempeñado por la tela y la indumentaria en la sociedad hindú: no sólo en el establecimiento y la simbolización de los estatus sociales y políticos, sino también en la transmisión de la santidad, la pureza y la contaminación. El presente ensayo pretende, en primer lugar, aclarar

los distintos papeles desempeñados por la tela en la sociedad precolonial y, en segundo, mostrar el modo en que dichos papeles se transformaron en el periodo colonial. En el logro de su objetivo, este capítulo revela algunas características especiales del papel y el significado de las mercancías en la sociedad hindú, a lo largo de los últimos tres siglos. Los estudios recientes del surgimiento del capitalismo mediante la "mercantilización" de los bienes y la mano de obra han tendido a adoptar un desarrollo evolutivo o incluso dialéctico a través del tiempo.[2] Las mercancías dotadas del "espíritu" del intercambio de regalos, productos que "parecen encarnar el medio social del cual provienen", son progresivamente despojadas de valía y convertidas en cosas impersonales cuyo valor es asignado sólo por el mercado. El poder divino y el diabólico son separados de la vida cotidiana; las reliquias y los talismanes pierden su mérito. Las condiciones mentales y morales del capitalismo son fijadas junto con sus manifestaciones materiales. Sin embargo, lo sorprendente del caso hindú a lo largo de estas centurias reside en que ese despliegue de las formas externas del protocapitalismo (crédito, capital, mercados)[3] no coincidió con un desarrollo equivalente de mentalidades. El espíritu del obsequio y la percepción de lo maligno (la contaminación) continuaron adheridos a los productos en circulación, dentro de un sistema mercantil plenamente desarrollado. El que esto haya sido así, refleja la naturaleza de la forma específica de comercialización que tuvo lugar en la economía de la India precolonial. La precaria expansión de la economía monetaria tendió a llevar las "porciones" de los derechos reales sobre reinos pequeños y grandes al vínculo monetario. Con todo, incluso bajo el colonialismo del siglo XIX, no disolvió las relaciones sociales de dominación que surgieron de la interacción entre las normas de casta y la estructura de los reinos locales subordinados.

A continuación incluimos una tentativa de biografía colectiva de la tela en la India, en el transcurso del tiempo. En principio, esbozamos las amplias características de la concepción hindú de la tela, en tanto cosa que puede transmitir espíritu y substancia. Más adelante, mostramos el modo en que el significado y la función de las transacciones textiles se modificaron en respuesta a las tendencias generales tanto políticas como económicas. En resumen, se trata de un estudio de la mercantilización, pero sólo de una mercantilización parcial. Si el esclavismo constituye un ejemplo de la forma en que las personas pueden convertirse en "cosas", la historia textil de la India muestra la manera en que las cosas pueden conservar las cualidades de los individuos que las fabrican e intercambian, incluso en el marco de una economía cabalmente monetizada.

UN PANORAMA DE LA TELA EN LA SOCIEDAD HINDÚ

Símbolo, talismán y prenda

Las transacciones textiles y la utilización de una nueva tela o de una nueva indumentaria participaban en todos los principales ritos del ciclo vital verificados en la sociedad hindú preindustrial. Asimismo, los intercambios de telas tenían lugar durante el culto y en la creación o confirmación de alianzas políticas.[4] Podemos distinguir tres usos básicos de los textiles en los procesos sociales, los cuales solían traslaparse en la práctica: *primero*, su empleo en la simbolización de los distintos estatus o en el registro de cambios de estatus; *segundo*, su utilización mágica o "transformadora", donde el ser moral y físico del usuario/recibidor era percibido como algo realmente modificado por las cualidades innatas de la vestimenta o por el espíritu y la substancia contenidos en ésta; *tercero*, su aplicación como una garantía de protección futura. Estos diversos usos y los significados vinculados a ellos influían no sólo en la posición social y económica del donador y el receptor, sino también en el estatus de las distintas comunidades artesanales y de servicios que se topaban con la mercancía-tela tal como ésta pasaba desde la esfera de la producción hasta aquélla de la utilización social.

Sin duda, el uso de la tela y de la indumentaria para simbolizar el estatus social o para cambiarlo es común a todas las sociedades, aunque la complejidad del orden social hindú ha suministrado una diversidad inusual de contenidos al simbolismo de la desnudez y el vestido. Empero, más allá de esto, el textil en tanto medio de transacción era concebido como un portador único de espíritu y sustancia, de santidad, fortalecimiento o contaminación. Así, las telas de diferentes texturas, colores o procedencias no sólo comunicaban información a la sociedad, sino que también modificaban la esencia moral y física del individuo. En este punto, advertimos la existencia de dos ideas relevantes. Primera, aquélla basada en la creencia de que el tejido, en tanto material poroso, apretado y entrelazado, puede absorber y conservar por muchos años el espíritu y la sustancia. Como artefacto, la tela de algodón, lana o seda no se aproxima a la capacidad transformadora especialmente poderosa de los alimentos;[5] sin embargo, en virtud de que es más duradera que la comida, puede viajar a distancias mayores, y es mucho menos "dura" y neutral que la madera o los metales. Segunda, los hindúes concebían a la persona individual como una combinación peculiarmente volátil de substan-

cias "biomorales", como una amalgama de colores, cualidades y texturas, cada una de las cuales estaba dotada de un espíritu propio. Por ejemplo, en la química y la fisiología hindúes, el color no era meramente un accidente de la materia, tal como lo formulara la tradición aristotélica, sino una manifestación independiente del espíritu que habría de convertirse en, digamos, un tejido rojo.[6] En consecuencia, el espíritu de la tela roja o la rojez podía combinarse con la substancia moral de un individuo particular y transformarla. Por tal motivo, en ciertas partes del territorio central de la India, cuando una persona se untaba con pintura ocre y vestía con prendas rojas, era algo más que un individuo ataviado de rojo: era en realidad un hombre rojo, es decir, un brujo.[7] Su indumentaria no simbolizaba un estatus adquirido por otros medios; la indumentaria en cuestión constituía un componente esencial de la propia transformación. Asimismo, los ascetas que embadurnaban su ropa con lodo y cenizas no sólo eran considerados sujetos que simbolizaban así su muerte social, sino verdaderos hombres reducidos a cenizas, esto es, restos mortales. En virtud de que sus cuerpos ya no tenían una substancia biológica activa, en el momento en que su cerebro y corazón dejaban de funcionar eran enterrados en lugar de incinerados.

Las cualidades atribuidas a la vestimenta pueden apreciarse mejor mediante algunos ejemplos. En la porción central de la India, las mujeres estériles solían obtener un pedazo de alguna pechera usada por una mujer fértil que estuviera embarazada. Quemaban la prenda e ingerían las cenizas, porque "... creían que de ese modo se transfería a ellas la cualidad de fecundidad de la mujer preñada".[8] Cuando una viuda se casaba, acto arriesgado en el mejor de los casos, incineraba sus atavíos fuera de los límites de la aldea de su segundo marido.[9] Asimismo, comenzaba a vestirse con un nuevo conjunto de prendas. Ello se debía a la idea de que una parte del espíritu del esposo muerto había quedado atrapada en el tejido de la indumentaria en cuestión y que podía provocar problemas como resultado de su condición de espíritu celoso y maligno.

Desde luego, tal concepción de las cualidades transformadoras de la tela y la vestimenta no era exclusiva de la India. En las sociedades islámicas, se creía que los turbantes de los grandes maestros transmitían el espíritu; para la cristiandad medieval, las reliquias textiles —como el Santo Sudario— eran objetos de gran veneración; incluso en las actuales sociedades agnósticas de Occidente, se considera a menudo que las prendas de vestir de un difunto son poco propicias. Sin embargo, en la India, la santidad o contaminación de una persona era percibida como peculiarmente brillante y la tela como un medio

especialmente sensible. Sería arriesgado afirmar que todas las sociedades hindúes han tenido gran conciencia de los principios de pureza y contaminación; pero, aun en el caso de aquéllas que carecieron de dicha conciencia, las transacciones textiles involucraban la noción de prenda destinada a suministrar una protección futura. Por ejemplo, en muchas comunidades rurales, la pieza textil regalada por un hombre a una mujer no sólo simbolizaba el acto del casamiento, sino que *era* el rito matrimonial en sí mismo. En ciertos puntos de las montañas localizadas al norte de la India, donde los cultivadores pobres no podían adquirir toda la indumentaria nupcial, se ofrecían pequeños cuadros de tela como parte del rito matrimonial, y el número de tales cuadros representaba una prenda del grado de ayuda recíproca que la familia de la novia debía retribuir después a la familia del novio. El papel desempeñado por la tela posee raíces profundas en la tradición hindú. Al respecto, en la epopeya sánscrita de *Mahabharata*, la mítica Draupadhi, al ser atacada por sus enemigos, recibió el regalo divino de una sari interminable. Cuanto más tela desenrollaban los enemigos, más tela aparecía para proteger su virtud. Un tema similar estaba contenido en la cultura indomusulmana. De acuerdo con la florida metáfora persa de la creación y la protección, "Dios arropa el seno de la naturaleza con el manto de la existencia". Así como el manto divino ampara a los seres que habitan bajo el mismo, de igual manera el rey protege a los hombres. Cohn ha señalado recientemente que el regalo del vestido constituía el acto esencial de homenaje y dominio dentro del sistema monárquico mogol, porque producía la incorporación del súbdito al cuerpo del soberano. Así, en 1857, durante la Gran Rebelión, el poeta Ghalib reprendía a los hindúes por haber dejado de usar la fald *(daman)* de sus gobernantes "justos", los británicos, sustituyéndola con la red *(dam)* de la maldad.[10]

Tela y orden social

En este apartado habremos de examinar la influencia ejercida por las cualidades de los diferentes tipos de telas y ropas en los productores, donantes y usuarios. Ante todo, vale la pena destacar que los distintos géneros, tejidos y colores eran concebidos como poseedores de diversas cualidades individuales.

A menudo, se creía que una textura holgada y burda era la más porosa para el espíritu y la substancia, ya fueran de naturaleza santa o corrupta. Cuanto más sueltos y grandes fuesen los nudos, resultaba más fácil que el espíritu y la substancia quedaran atrapados en ellos.

Una clase de tela de trama muy floja era la *raksha*, usada para la confección de seda de imitación, cintas entrelazadas para los brazos, corbatas y atavíos lucidos en festividades religiosas. Estos géneros eran fabricados por los miembros de un grupo ocupacional particular, los patwas, a quienes se consideraba ritualmente superiores a la mayoría de las demás castas tejedoras. Durante la preparación de las *rakshas* y de otros talismanes textiles, se solía contratar a un brahmán para que elaborara los nudos de la tela. Entonando plegarias a todo lo largo de la labor, el sacerdote encerraba dentro de cada nudo una parte del espíritu de varias deidades benéficas.[11] La trama holgada del "hilo sagrado" empleado por las castas superiores tenía cualidades similares: era una verdadera trampa para la santidad pero, al mismo tiempo, resultaba muy vulnerable a la contaminación. Durante las comidas, por ejemplo, el textil era amarrado alrededor de la cabeza para evitar que se contaminara como resultado del contacto con los alimentos. Como veremos, la calidad porosa del lienzo casero *(khadi)* se volvió muy apreciada en tiempos del movimiento nacionalista: se creía que era capaz de capturar y retener el espíritu de la propia tierra. Sin embargo, el peligro residía en que los paños burdos y resistentes de este tipo podían atrapar con facilidad las impurezas, o irritar y lesionar la piel; antes de la época de Gandhi, el lienzo doméstico fue visto como un textil rústico, incluso sucio.

El tejido apretado y compacto de las telas de alta calidad era muy apreciado, debido no sólo a su refinamiento estético y valor mercantil, sino también a su capacidad para rechazar con mayor facilidad la contaminación. Así, la seda constituía una substancia peculiarmente pura para los hindúes. Durante el siglo pasado, en opinión de la mayoría de los brahmanes del centro y el sur de la India, la seda era el tejido por excelencia de la indumentaria ritual y de culto y, por extensión, era empleada en otros actos culturales ritualizados (por ejemplo, los músicos solían lucir prendas de ese material). Como la seda era considerada un textil mucho más puro que el algodón de la mejor calidad, no era necesario lavarla antes de conferirle un uso ceremonial. De acuerdo con la ley *Mitakshara*, bastaba con exponer la seda, para que ésta fuese "lavada por el aire", en sí mismo un espíritu divino.[12] Sin embargo, en esto había cierta ambigüedad, porque la producción de la seda implicaba el asesinato del gusano de seda, un acto potencialmente contaminante; por tal motivo, muchas castas tenían la prohibición de participar en la preparación del hilo de seda.[13] En general, se creía que la prolongada exposición y las operaciones mercantiles erradicaban la contaminación de la muerte, antes de que la seda llegara a las manos del comprador final. Con todo,

cabe destacar que algunas ciudades sagradas, como Benarés, producían grandes cantidades de una seda denominada *mukta*, la cual se confeccionaba después de que la larva había atravesado el capullo y escapado con vida.[14] Con respecto a su valor estético y utilitario, era una tela inferior (sus hilos se rompían continuamente); empero, gozaba de un aprecio generalizado y de un valor mercantil alto. Era comprada por los miembros de la secta ortodoxa adoradora de Visnú y por los jainistas (quienes repudiaban el acto de quitar la vida), y vista como material apropiado para fabricar los cordeles de las carrozas sagradas y los péndulos rituales utilizados durante la festividad de Sawan en honor de Krisna.[15] La elaboración de la *mukta* representaba una fuente laboral para muchos artesanos y mercaderes. Por otra parte, ejemplifica con gran claridad el peligro de concebir a toda mercancía como un objeto útil.

Las reglas convencionales en torno a la cualidad de la tela entre los mahometanos de la India estaban profundamente influidas por el medio hindú, aunque se basaban en otros razonamientos, al menos en el caso de las élites. Ambas religiones albergaban una noción de pureza ritual. La ablución constituía un precursor importante tanto del culto musulmán como del culto hindú, y prendas como los calcetines, objetos que retenían la contaminación, debían evitarse, sobre todo en la mezquita. Sin embargo, al menos en el plano teórico, la corrupción poseía diferentes significados en ambas religiones. Para los mahometanos, era menester eludir la impureza, no tanto porque ésta hiciera peligrar a la "substancia biomoral", sino porque, al igual que el cabello femenino o los narcóticos, distraía al devoto, impidiéndole el uso libre de la razón durante las oraciones. De modo paradójico, mientras que a los hindúes se les ordenaba que emplearan la seda, a los musulmanes se les imponía, con fundamento en los proverbios del Profeta, que renunciaran a ella, puesto que la apariencia suntuosa del usuario de la seda impedía la sumisión apropiada a Dios. Las tensiones entre la utilización de la seda en tanto accesorio majestuoso y los preceptos religiosos en contra de ella, fueron muy severas en la sociedad indomahometana. Firoz Shah Tughluq prohibió su empleo, pero soberanos posteriores y hombres ilustrados lo reglamentaron.[16] Así, la seda quedaba prohibida en el contexto de culto de la mezquita, pero se le podía usar fuera del edificio religioso; incluso, se llegó a fomentar su utilización en el campo de batalla, donde se creía que desviaba los lances de las espadas. Más tarde, una combinación de seda y algodón, denominada *mashru* (seda permitida), comenzó a ser confeccionada por los tejedores y se extendió a toda la India,

porque contribuía a que los menos ortodoxos tuvieran una excelente presentación y, a la vez, no se apartaran de los preceptos vigentes.[17]

El color, al igual que la textura, constituía un rasgo esencial de la cualidad de la tela, el cual podía modificar también el estatus moral y material del usuario. Los orígenes mentales o naturales de la codificación del color tienen para los objetivos del presente ensayo menor importancia que las categorías sociales con las cuales se relacionaba aquél. Es posible, como lo sugiere Pupul Jayakar,[18] que la distribución de los colores de los textiles represente en la India un ajuste con respecto al entorno natural; los colores son más suaves en las exuberantes regiones subtropicales, y más brillantes y variados en los ásperos paisajes desérticos. El predominio de ciertos esquemas de color por región puede reflejar los antiguos límites territoriales de las plantas y substancias naturales con base en las cuales se producían los pigmentos; asimismo, la asignación exclusiva del blanco y el amarillo a los brahmanes y las castas superiores puede referir las prohibiciones en materia de interacción entre los miembros de los altos estratos sociales y aquéllos de los pueblos tribales, quienes se encargaban de elaborar los colorantes. En todo caso, el código cultural del color, que continúa influyendo en la vida aldeana, ya había surgido en tiempos del *Libro de la ley de Manú*, antes del inicio de la era cristiana. El blanco se asociaba a la pureza y era, por tanto, el color apropiado para los brahmanes y las viudas. El rojo, que evoca la sangre y el peligro, era el color adecuado para intensificar la capacidad de los soldados y las poderosas esencias femeninas de toda clase. Los soldados usaban turbantes rojos durante las batallas, y las mujeres se vestían con prendas rojas y enrojecían sus manos y cabellos con motivo de los casamientos o de las festividades de la fertilidad. De acuerdo con Garga Smriti, un brahmán debía emplear el color blanco; un *kshatriya* (guerrero), el rojo; un *vaishya* (mercader o cultivador), el amarillo (color que implica la fecundidad natural), y un *shudra* (siervo), "telas oscuras y sucias".[19] Hasta donde resulta factible recapturar el significado de tales preceptos, parece que el tejido de diferentes colores era concebido como poseedor no sólo de una función simbólica, sino también de una de tipo mágico: acrecentaba y arruinaba las cualidades innatas de los individuos. Así, el hombre que recibía un regalo equivocado o inadecuado era "reducido a cenizas como un trozo de madera". "Tomados perversamente... el oro y la comida destruyen su longevidad; la tierra y la vaca, su cuerpo; el caballo, su ojo (vista); *el vestido, su piel*; la mantequilla clarificada, su energía; las semillas de ajonjolí, su progenie".[20] En consecuencia, la tela era casi literalmente una parte tan integrante de la persona como su epidermis.

Las convenciones islámicas sobre el color solían traslaparse con las hindúes; empero, para la religión mahometana, el verde, el color del Profeta, tenía una santidad particular. Era común el empleo de estandartes y toldos verdes en las mezquitas y en las tumbas de los santos; los musulmanes muy devotos evitaban usar ese color en taparrabos y calzones, con objeto de no insultar, o quizá contaminar, el color en cuestión. Asimismo, los mahometanos destinaban los géneros de color del oro o de la plata a la creación de la realeza. Las prendas doradas o plateadas utilizadas en las dotes representaban un procedimiento obvio de traspaso del valor acumulado de una generación a otra, y simbolizaban el estatus real de los novios, quienes eran considerados majestades el día de su boda. Ahora bien, al dorado y el plateado también se les atribuía el poder de transformar e intensificar la substancia humana, tal como lo atestigua su utilización en la medicina tradicional. Por otra parte, para los musulmanes, el color del oro y la plata tenían un valor especial debido a su capacidad para absorber la luz. De acuerdo con la filosofía indopersa, la luz (*nur*) era una cualidad divina, una manifestación visible de la razón de Dios que operaba en el mundo. La luz era esencial para los diseños de la arquitectura islámica, se relacionaba con la astronomía y la astrología musulmana, y dio lugar al enorme gusto por los espejos y las telas lustrosas. La "luz" y el "espejo" fueron temas recurrentes de la literatura persa y urdú. El rey o el noble que donaba un textil dorado o plateado se volvía un espejo de Dios, un transmisor directo de la luz divina, tan regio como el sol y las estrellas, que no eran sino otros transmisores celestiales. Un cronista de principios del siglo XIX va más allá de la lisonja y la hipérbole, cuando afirma: "El valioso *khilat* [vestido] bordado lucido por el *nawwab* [soberano] ese día, así como los adornos salpicados de piedras preciosas, emitían una luz tan brillante que empequeñecían al sol iluminador del mundo";[21] más adelante, el cronista en cuestión señala que un general inglés de Trichinópoli quedó opacado como "una estrella frente al sol". Al igual que en Versalles, en la realeza hindú, el Rey Sol estaba rodeado por sus estrellas o cortesanos. Con todo, la cualidad de la vestimenta no sólo representaba la emanación de la realeza, sino que también constituía un aspecto de ésta, porque capturaba y reflejaba los rayos de la luz divina.

Hasta este punto, hemos analizado algunas cualidades del tejido. Sin embargo, aun en el caso de que el mercado haya sido considerado un medio neutral, es importante advertir que el contexto del ofrecimiento, la recepción y el uso también influía en la cualidad de la tela y, por tanto, en la cualidad moral de aquellos que iban a entrar en

contacto con ella. Un juego de prendas de vestir "tomadas perversamente" llevaba al pecado y la destrucción. Del mismo modo, los géneros recibidos en días particularmente propicios o de manos de una persona santa podían acumular para siempre sus cualidades benéficas. Las mujeres aldeanas reservaban los saris y los colores de buen agüero para las ocasiones importantes; empero, esta costumbre también tenía validez para el propio rey. En la corte del emperador Akbar, había un departamento especial para recibir los mantones y los vestidos (*khelats*) donados como tributos o prendas por personajes notables y determinadas regiones.[22] Los artículos albergados en ese sitio eran clasificados de acuerdo con su calidad, la naturaleza apropiada y la fineza de sus colores, y la fecha en que eran recibidos y usados. Los bienes ofrecidos el "primer día del mes de Fawardin" o en el cumpleaños del soberano, tenían un rango más alto que los regalados en otras fechas. Tales cualidades adquiridas se conservaban en la tela hasta que ésta era ofrecida a otro individuo en un intercambio ritual de la corte.

La tela podía influir en la substancia y el espíritu del usuario, pero también adquiría las cualidades de éste. Tales cualidades dependían del estatus del individuo, así como el honor y la pureza de la parte del cuerpo donde había sido utilizada la prenda. Los pies y el lomo eran las menos honorables; la cabeza, la más honorable. Esto se relaciona con la importancia conferida al turbante por las convenciones hindúes en materia de indumentaria. El turbante no sólo protegía la cabeza, morada del cerebro y el semen del hombre, sino que también dotaba de poder a esas substancias. Jalar el turbante de un individuo representaba el insulto más grave, un desafío a su rango, razón y virilidad. Las nociones islámicas añadían otra capa de significado. Desde luego, el turbante fue desde una fecha temprana un símbolo de sucesión espiritual en los países musulmanes de Medio Oriente. Las lápidas sepulcrales del periodo clásico y de inicios de la era cristiana solían contener representaciones antropomorfas pero, después de que fueron prohibidas por el Islam, los mahometanos comenzaron a usar el turbante y el tupé como símbolos de lápida sepulcral.[23] El turbante quedó asociado con la relación maestro-alumno en las órdenes místicas del sufismo. El turbante de un individuo santo se convirtió en un portador poderoso de su *barakat* o carisma espiritual en el contexto musulmán hindú. Así, en 1857, los rebeldes de Lucknow tomaron como estandarte el turbante de uno de los principales líderes religiosos de la ciudad. En los primeros años del siglo XIX, cuando el maestro Sayyid Ahmed de Rai Barreilly visitó Calcuta, se topó con una muchedumbre tan grande de futuros discípulos, que no pudo depositar sus

manos sobre la cabeza de cada uno de ellos; por tal motivo, desenrrolló su turbante de siete metros de largo, con objeto de que todos ellos comenzaran su iniciación tocando una parte de la prenda.[24]

La tela y sus productores

Las cualidades que los hindúes conferían a los textiles tenían implicaciones no sólo para los usuarios de tales artículos, sino también para aquéllos que los producían y les daban mantenimiento. El presente apartado versa sobre el modo en que las cualidades de los géneros influían en el estatus social y moral de los hilanderos, tejedores, sastres y lavanderos.

En la India, al igual que en muchas otras sociedades, la distinción entre hilar y tejer era fundamental para la división familiar del trabajo. De acuerdo con el *Libro de la ley de Manú*, las mujeres solteras debían ser hilanderas, y las casadas, tejedoras. Con el desarrollo de las castas tejedoras profesionales, tal diferenciación se volvió menos importante, aunque entre los propios artesanos siguió siendo relevante hasta el siglo XIX, cuando el hilo importado volvió innecesario el hilado doméstico.

Más interesante resulta la profunda ambigüedad relacionada con el estatus del tejedor en la sociedad hindú. La mayoría de las comunidades tejedoras oscilaban a ambos lados de la línea divisoria que separaba a las castas puras (mejor definidas en este contexto como aquéllas de las cuales podían recibir agua los brahmanes) de las impuras.[25] Con todo, la tela producida por los tejedores era considerada con frecuencia neutral. Según los *Shastras*, "la mano del artesano siempre es pura".[26] El estatus inferior, en ocasiones impuro, de muchas comunidades tejedoras se explica mejor con base en las contingencias históricas. En primer lugar, las comunidades tejedoras comenzaron a diferenciarse en una época reciente de los recolectores de algodón silvestre y de los productores de canastas de ramas trenzadas, quienes integraban grupos de origen tribal y que se hallaban marginados en la sociedad hindú. En segundo, el trabajo manual era ampliamente concebido como degradante dentro del esquema de prioridades laborales. En tercero, los artesanos inferiores de las aldeas, que incluían a los tejedores pobres, se encontraban a menudo en una situación de dependencia con respecto a las castas agricultoras, porque recibían pagos en cereales por los trabajos que realizaban para ellas. Debido a que la aceptación de regalos disminuía el estatus, los tejedores quedaban en una posición inferior a la de los limpios

agricultores *shudra*.[27] Las pruebas que fundamentan esta interpretación pueden hallarse en el hecho de que los tejedores urbanos y los artesanos más especializados de las aldeas, quienes recibían dinero a través de las transacciones mercantiles, solían tener un estatus mucho más alto.

Ahora bien, el acto de tejer era en sí mismo un acto de *creación*, casi un acto de culto, y esto originaba la ambigüedad en la posición del tejedor. La noción de creación era esencial en los mitos de fundación de la casta integrada por las comunidades tejedoras, y dicha noción implicaba un reclamo de alto estatus. De acuerdo con las leyendas de los Devangas de Mysore, por ejemplo, los primeros hombres andaban desnudos y Brahma creó a Manú para que les tejiera ropas y pudieran esconder su vergüenza.[28] Cuando Manú alcanzó la beatitud, reencarnó del ojo de la frente de Siva en la forma de Devala. Este fue a buscar el hilo para el tejido en el corazón de los tallos del loto que crecía en el ombligo de Visnú, el protector. En una batalla contra los demonios, Devala invocó la ayuda de la consorte de Siva, quien los mató. La sangre de los demonios fue utilizada como colorante para teñir la tela y dio lugar a los cinco colores básicos: negro, blanco, rojo, verde y amarillo. Este es uno de los mitos que evocan la noción de creación a través de imágenes del ombligo y el loto; otros mitos de la casta tejedora aluden a la presencia de Visnú en el océano prístino, o relacionan el tejido con la agitación o el movimiento de las olas, temas característicos de los mitos hindúes de la creación. Así, el tejedor era un creador imperfecto, un estatus comparable con la concepción griega de Hefestos, el patrón de los artesanos, quien era un ser divino, pero cojo.

Los tejedores hindúes podían mejorar su dudoso estatus mediante la creación de mercancías de mayor calidad y "más puras". La posición social de los tejedores de paños burdos de algodón fue casi siempre baja; la de los buenos tejedores musulmanes, más alta, y la de los tejedores de seda o de aquellos que confeccionaban diversos brocados, la más alta de todas. Los tejedores especializados no sólo estaban asociados con mercancías de mayor fineza y pureza, sino que además su mercado cautivo entre los aristócratas y los miembros de los templos los liberaba de la condición de dependencia ante los agricultores patrocinadores. En las áreas donde los soberanos del periodo precolonial habían sido benefactores particulares de los tejedores especializados, tal como sucedió en Bengala y Mysore, se elevó el estatus de los grupos en su conjunto. Asimismo, los tejedores podían incrementar su estatus con base en los reclamos de igualdad ofrecidos por las religiones no brahmánicas o por ciertas sectas del hinduismo.

En el norte de la India, muchos eran seguidores de Kabir, el reformador santo, quien fue tejedor; en el sur, eran numerosos los lingayats (adoradores de Siva). Empero, el fenómeno más común era la conversión al islamismo. Esto no significa que los tejedores hayan sido altamente valorados entre los musulmanes. Por el contrario, eran estereotipados como haraganes, estúpidos y pendencieros. Según el refrán, "una tejedora es capaz de jalar la barba de su propio padre".[29] Con todo, los tejedores se distinguían por su conducta piadosa durante las festividades: "¿Qué sería de la Id [la principal fiesta musulmana] sin la presencia del tejedor?" En particular, los tejedores se aplicaban a sí mismos altas cuotas corporativas, con objeto de preparar las carrozas ceremoniales (*tazias*) para el festival de Mohurrum.[30] Los reformadores mahometanos del siglo XIX, tales como Sayyid Ahmed Shahid en el norte de la India o los Faraizis de Bengala, encontraron también en los tejedores una comunidad presta a atender el llamado de una religión musulmana purificada. Ahora bien, dentro de su profesión, los tejedores islámicos, al igual que los hindúes, podían lograr la elevación del estatus con fundamento en la producción de mercancías más finas y puras. Por ejemplo, trataban de deshacerse del título degradante de *julaha* y de convertirse en *nur-baft* o *momin*.[31] *Nurbaft* significa "captador [o tejedor] de luz"; de nuevo, advertimos cómo el tema mahometano de la luz influyó en la fabricación de textiles. Durante los siglos XVII y XVIII, los musulmanes de Dacca fueron particularmente apreciados por la blancura de sus géneros, la liviandad y suave textura de éstos, y su capacidad para atravesar un anillo.[32] Muchas telas de buena calidad tenían nombres evocadores de la luz de la luna o de las telarañas, que retenían la luz o la substancia de los sueños. Los tejedores deseosos de obtener el estatus más alto, como los tejedores de seda de Madanpura en Benarés, solían vestirse de blanco de la cabeza a los pies. El historiador Abdul Halim Sharar de Lucknow menciona un grupo especialmente favorecido de artesanos sederos, que confeccionaban la tela para las chinelas de las damas de la corte, antes de la caída del imperio en 1856. Estaban tan vinculados a su estatus penosamente ganado, que aquellos que sobrevivieron bajo el dominio británico "frustrados y reducidos a la pobreza, no quisieron fabricar chinelas modernas para mejorar su posición".[33]

El estatus potencialmente alto del tejedor, en tanto creador o artesano de la luz, es algo que queda del todo claro si lo comparamos con el de otros dos grupos de profesionales que estaban en contacto frecuente con los textiles, en tanto mercancías y posesiones: los sastres (*darzi*) y los lavanderos (*dhobi*). A diferencia del cardador, el

hilandero o el tejedor, a quienes los hindúes consideraban creadores, el sastre era un cortador, un destructor. Así, las prendas hilvanadas que habían sido cortadas previamente eran vistas como impías por las familias muy ortodoxas debido a que, en cierto sentido, habían perdido su integridad; además, como resultaba difícil lavarlas, funcionaban como trampas para retener la impureza. Asimismo, los hábitos laborales de los sastres aparecían como impuros, porque se decía que usaban saliva en la preparación del hilo con el cual cosían y que lo encanillaban entre los dedos de los pies.[34] Por último, para algunos brahmanes, los paños remendados se relacionaban con el islamismo, donde prevalecían percepciones completamente diferentes en la materia. El precepto coránico que obligaba a los musulmanes a cubrir todas las partes del cuerpo volvía necesaria la sastrería; la indumentaria no hilvanada era considerada bárbara. En consecuencia, mientras que las mujeres hindúes concibieron el sari como la forma superior del atuendo femenino y la blusa (*choli*) como una prenda degradante hasta bien entrado el siglo XIX, Abdul Halim Sharar, el historiador mahometano de Lucknow, consignó que "el sari es un vestido no hilvanado y una reliquia de tiempos primitivos". Además, que el "adornamiento era un principio de la civilización; de lo contrario, la cosa más simple debería permanecer desnuda".[35] En resumen, el sastre era un trabajador inútil cuando vivía en proximidad con los hindúes; entre los musulmanes, sufría una condena menor, aunque su labor era considerada una "tarea femenina" y, por tanto, degradante.

Por último, el lavandero o *dhobi* intervenía cuando la prenda ya se había convertido en una posesión, pero que de modo temporal se volvía de nuevo una mercancía, con objeto de ser reacondicionada. Aquí, debemos tener en cuenta los planteamientos de Igor Kopytoff, expuestos en el capítulo II del presente libro. Las mercancías, una vez que han pasado a través del mercado, se individualizan o "singularizan" en un papel doméstico o ritual particular. Sin embargo, su vida cultural no se detiene ahí. En el caso de la tela, el acto de lavarla implicaba devolverla temporalmente al plano social como una clase de mercancía. Empero, esto no constituía un proceso neutral; el acto mismo de lavarla transfería la suciedad y la contaminación acumuladas en el género al *dhobi* que efectuaba la operación de limpieza, con repercusiones ambiguas para la posición social de éste.

La posición ritual del *dhobi* en la sociedad hindú era particularmente inferior, en virtud de que su labor implicaba entrar en contacto con substancias muy contaminantes, tales como las materias fecales y la sangre menstrual. En general, las familias ortodoxas no permitían

que los *dhobis* entraran en su casa, e incluso algunos brahmanes volvían a lavar ceremonialmente los tejidos después de que los recibían de las manos del *dhobi*, limpieza que efectuaban salpicando los paños con agua del Ganges. De nuevo, nos topamos con la cualidad peculiar de la tela de conservar y transferir no sólo la suciedad, sino también el pecado. El *dhobi* representaba una figura de mal agüero, a la cual debía evitarse al inicio del día: se decía que él conocía "los defectos de la aldea"; más bien, lo que conocía eran las defecaciones de ésta. James Tod, el historiador británico de Rajastán, menciona un juramento revelador: "Si no hago esto y aquello, que todas las buenas obras de mis antepasados caigan en el pozo del lavandero".[36] Aquí, el pozo del lavandero es literalmente un especie de agujero infernal, donde el pecado y la inmundicia de la aldea se concentran tan poderosamente que pueden anular las acciones bondadosas de una familia y condenar a los antepasados a la perdición. Al igual que todas las influencias malignas, se creía que el *dhobi* era particularmente tramposo. Uno de sus juegos favoritos consistía en contaminar el vestido de una persona sin que ésta última lo supiera, así "el turbante del rey se convertía en el taparrabo del lavandero".[37]

No obstante lo anterior, la paradoja aparente era ésta: debido precisamente a que el lavandero absorbía la suciedad, el pecado y las substancias peligrosas, era capaz de desempeñar también el papel de un ritualista menor, de un sacerdote elemental. En un nivel muy bajo, el lavandero reproducía la posición ambigua del brahmán. En virtud de que el sacerdote brahmánico estaba en contacto con el pecado y la contaminación, su gran pureza ritual no podía prevalecer siempre sobre tales impurezas. Por tal motivo, los sacerdotes que oficiaban en los templos eran considerados con frecuencia individuos de rango inferior dentro de la clase brahmánica, y aquéllos que participaban en las ceremonias de cremación eran vistos incluso como personas de mal agüero, puesto que retenían los pecados de los muertos. Del mismo modo, el lavandero de Mysore, el *agusa*, ocupaba un importante lugar ritual en la sociedad aldeana. Ningún culto a las deidades de la aldea podía tener lugar sin el auxilio del *agusa*, quien oficiaba como *pujari* (ritualista inferior), especialmente cuando se debía invocar a la diosa de la viruela, el cólera y la peste, con motivo del brote de estas epidemias.[38] El asunto del lavado era fundamental en tales ritos. El lavandero recogía en el santuario familiar o aldeano el ídolo representativo de la deidad, para limpiarlo en el sitio donde acostumbraba lavar la ropa. Los poderes femeninos malignos y exaltados de la diosa, que habían provocado el surgimiento de las enfermedades epidémicas, eran removidos con el agua, de una manera similar a

aquella en que los peligrosos contaminantes femeninos conservados en las prendas eran dispersados a través del lavado ordinario.

La tela y los reinos

Las cualidades transformadoras y simbólicas del tejido garantizaban que éste mantuviera la posición de indicador de las relaciones sostenidas con las esferas más amplias de la sociedad y la política. Al igual que las ofrendas ceremoniales de alimentos, eran apropiadas las donaciones de textiles a las deidades de los templos entre los hindúes, y a los santos de los lugares sagrados entre los musulmanes, porque podían redistribuirse después del culto como substancias santificadas. Tenían la capacidad de conservar la santidad y de transmitirla lentamente durante un largo periodo posterior a la adoración, del mismo modo que la comida, la cual tenía un efecto más poderoso pero sólo transitorio. Conjuntos completos de indumentaria se ofrecían tanto a los dioses como a los reyes. En las tumbas de los hombres santos mahometanos, se acostumbraba presentar una sábana blanca ordinaria (*chadar*, de un tipo similar a la utilizada como mortaja); estas sábanas podían cortarse más tarde, con objeto de distribuir los pedazos entre los asistentes.

El papel desempeñado por las transacciones textiles en el plano local y en el de la política, queda más claro si abordamos los temas generales tratados a lo largo del presente libro. En la sociedad hindú, los conceptos de pureza y contaminación suministraban una presión inusual hacia la singularización de las cosas. Es decir, los objetos no se separaban tan fácilmente de las personas; por ejemplo, la tela podía recoger la substancia de los individuos que entraban en contacto con ella durante la manufactura, la venta, el uso y el lavado. En este contexto, el antropólogo Célestin Bouglé destacó, en un ensayo poco conocido, que los patrones de consumo de la India se dividían en un gran número de pequeños círculos. En su opinión, no podía existir en ese país un mercado general dinámico, porque cada casta tenía asignados sus propios alimentos, vasijas, prendas de vestir, emblemas, etc. Así: "Donde predomina el sistema de castas, impera la costumbre que nos obliga a imitar a nuestros antepasados, opuesta a la invasión de la moda, la cual nos invita a imitar a los extranjeros".[39]

No obstante, había fuerzas igualmente poderosas en dirección de la mercantilización. Las cosas debían adquirir un estatus neutral dentro de la aldea, para que se pudieran verificar las transacciones de alimentos y bienes esenciales. En el campo de la política, el intercam-

bio tenía que ser general, con objeto de que los reyes pudiesen acumular recursos, especialmente las rentas pagadas en rupias de plata. Cabe señalar algunas estrategias culturales que resolvían este conflicto: la "mano del artesano" se concebía como pura; se utilizaban materiales finos, resistentes a la contaminación; las telas podían lavarse o salpicarse con agua del Ganges. Con todo, la principal institución que mediaba entre la mercantilización y la singularización era el oficio del rey, independientemente de que éste haya sido desempeñado por la hermandad de la casta dominante dentro de la aldea o por el emperador de toda la India. El deber del rey consistía en consumir las mercaderías de sus súbditos y en hacer de su corte una gran máquina de redistribución. De este modo, las necesidades de una determinada comunidad local productora de cierto artículo podían equilibrarse con las necesidades de la política en su conjunto. La difusión de la diversidad en los patrones de consumo —de paños, frutas, especias, cereales— constituía la manifestación física del papel clásico del soberano, a saber, el de arbitrar o mediar entre las diferentes castas. Y fueron los cambios en el consumo real, o el consumo de aquellos que aspiraban a la dominación política local, lo que brindó a la economía hindú el dinamismo negado por Bouglé.

Por tales razones, los regalos de tejidos mantuvieron su posición en los sistemas estratificados y tributarios de los Estados de la India mucho tiempo después de que los pagos y las prestaciones en especie fueron reemplazados por la moneda y los signos externos de una economía del todo comercializada. Sin embargo, a lo largo de los primeros reinos hindúes modernos, las relaciones entre los flujos textiles y los flujos monetarios fueron muy complejas, porque las cuestiones del valor se vincularon estrechamente a las cuestiones de la economía política. El uso de la tela en tanto medio para integrar el reino precedió, complementó o incluso sobrevivió al funcionamiento de los flujos tributarios de dinero, y nunca se convirtió en una "mera" mercancía, cuya producción y distribución hayan estado determinadas únicamente por las fuerzas del mercado. La estrecha y ambigua relación entre la moneda y el tejido puede advertirse, por ejemplo, en el rito de la corte mogol, donde se verificaba la presentación de *nazar* o monedas a cambio de un conjunto de prendas o de paños valiosos (los *khelat*).[40] En esta transacción, el rey ofrecía protección e incorporaba al súbdito en su cuerpo real, mediante la acción del carisma del soberano que era inmanente a la tela. En efecto, la donación del textil prolongaba la "visión" (*darshan*) de la realeza hacia el súbdito, quien se beneficiaba moral y materialmente de su contacto con la monarquía. Empero, como el súbdito no podía otor-

gar ningún beneficio al rey (a menos de que fuera un ser igual o casi igual a éste) regalándole ropa o comida, recurría al medio neutral del dinero.

Las transacciones de textiles continuaron sosteniendo la estructura del imperio mogol. En las áreas donde escaseaba el oro y la plata, los pagos solían hacerse en telas. Así, una buena parte del tributo de Cachemira se cubría con mantas de seda de alta calidad, que constituían el producto más valioso de la región. Una sección importante de la residencia real de Delhi estaba destinada a la recepción, clasificación y almacenamiento de las mantas y otros géneros enviados desde diversos puntos del imperio. Después, al cabo de la incorporación al imperio de la rica provincia de Bengala, se estableció una nueva autoridad administrativa, la *malmul khas* (la casa de la muselina), a fin de inspeccionar la provisión de muselinas y sedas bengalíes remitidas a las cortes de Delhi y Agra.[41] El alto consumo de muselinas de Bengala (así como de sedas de Gujerate) constituyó un acto de patronazgo dirigido a vincular a las nuevas provincias al imperio y a legitimar el tributo que se les exigía. El propio emperador Jahangir fijó la pauta en la corte de usar muselinas ligeras y perlas, y este estilo se propagó rápidamente entre las capas aristocráticas y administrativas. Empero, la principal fuente de la demanda provino de las mujeres pertenecientes a las cortes del norte de la India. A principios del siglo XVII, según las versiones ofrecidas por los visitantes europeos, la corte de Delhi albergaba por sí sola a 2 000 mujeres, la mayoría de las cuales eran damas aristócratas que estaban obligadas a sustituir cada 24 horas su indumentaria, la cual incluía dos o tres piezas de muselina de Bengala.[42] Esta demanda sumaba cerca de un millón de piezas por año, a un costo estimado de entre 50 y 100 rupias cada una. En consecuencia, el valor de las *malmul khas* era similar a una buena parte de los impuestos prediales que los bengalíes pagaban en moneda; debido a ello, las convenciones en materia de vestido establecidas a través del rito de la corte, ejercían una influencia formativa en toda la estructura del comercio del norte de la India. Un observador de un periodo posterior, William Hamilton, enfatizó que hasta 1730, el tributo de Bengala era enviado al centro mediante giros bancarios, "para el pago de los cuales se contaba con fondos suficientes en Delhi y Lahore, suministrados por la venta y el consumo de las espléndidas manufacturas bengalíes. En realidad, si eso no hubiera sido así, ningún tributo se hubiese podido remitir jamás".[43] Cuando las invasiones persas y la turbulencia interna empobrecieron a la nobleza de la zona de importancia decisiva en el imperio, ya no se pagó de hecho ningún tributo "puesto que resultaba absolutamente imposible que

la misma o alguna suma considerable fuera transferida desde una región donde el oro y la plata no formaban parte de los productos naturales".

Por consiguiente, puede advertirse que las preferencias de consumo de la corte desempeñaron un papel importante en la integración de la economía monetaria del imperio mogol. Estos patrones de consumo, en el centro de los cuales se hallaba el "comercio administrado" de mantas de Cachemira o de géneros de Bengala y Gujerate, se habían originado en sistemas de ofrecimientos rituales. Las transacciones de bienes continuaron siendo algo más que simples flujos mercantiles. El emperador mogol recibía telas y otros objetos preciosos de sus súbditos, porque un gran rey debía ser un gran consumidor y era honrado de acuerdo con la variedad de productos finos exhibidos en su corte. Aquí, el concepto de variedad es relevante; todos los cronistas insisten en ello. Mientras que lo uniforme —la uniformidad de prendas— ha simbolizado y realzado la unidad de los Estados modernos, la *diversidad controlada de estilos* aludía a la grandeza del soberano mogol y de otros monarcas orientales. Al igual que la casa de Dios, el hogar del rey debía contener muchas moradas. Los cortesanos y funcionarios de diferentes regiones desarrollaban formas estilizadas de los atuendos característicos de sus lugares de origen y tenían el cuidado de exhibir sus estilos particulares de vestimenta dentro de los amplios límites permitidos por las convenciones prevalecientes de la corte. La variedad de turbantes, mantos y capas representaba, pero también fijaba, los estilos de la producción artesanal apropiados para las distintas tierras natales y divisiones del Estado.

Este patrón fue también común en el caso de los predominios menos elevados. Se han escrito muchas páginas sobre el envío por parte del campesino de rentas prediales al funcionario, al terrateniente o al rey. Empero, no se ha prestado atención al flujo contrario, esto es, aquél representado por la obligación de las personas notables de consumir los productos naturales y humanos de sus territorios. Por ejemplo, después de 1650, la rápida expansión y la superioridad creciente, a nivel de todo el subcontinente, de los productos algodoneros del distrito de Azamgarh se relacionó en apariencia con el hecho de que este distrito fue convertido en territorio de renta predial de la hija del emperador Shahjahan. Al ofrecer un patrocinio continuo y un mercado cautivo, la residencia de la dama de la realeza garantizó el desarrollo en ese lugar de una nueva industria textil.[44]

La importancia del papel desempeñado por los ofrecimientos textiles en la estructura de los reinos indomusulmanes está enfatizada por la persistencia de tales transacciones incluso al cabo de la decli-

nación del mercado o la administración del reino o el imperio. En la década de los ochenta del siglo XVIII, en Delhi, los observadores advirtieron la presencia de la característica tela a rayas de la pequeña provincia de Kara.[45] Esta provincia era prácticamente la última división política importante, fuera de los alrededores de la capital, que estaba directamente gobernada por el emperador mogol, y constituyó su lugar de exilio a fines de los años sesenta y principios de los setenta del siglo en cuestión. El reino musulmán de Arcot, en el sur de la India, suministra otro ejemplo. Después de 1800, su soberano quedó reducido a un simple pensionado de los británicos. Sus agentes fueron reemplazados en todas partes por funcionarios ingleses, y él subsistió en virtud de la pequeña tolerancia que se le concedió. Con todo, una crónica de 1820 registra un viaje emprendido por el ex mandatario a lo largo de "su" territorio, acompañado por un séquito integrado supuestamente por 20 000 hombres, durante el cual el *nawab* visitó los lugares santos y reafirmó su soberanía sobre todos los pequeños reinos y funcionarios de la realeza, semejante a aquélla de la cual disfrutó en 1760. En cada punto de su trabajo, el cronista refiere con sorprendente detalle el color, la textura, el estilo y el sitio de origen de los paños y prendas intercambiados por el ex gobernante y "sus" súbditos. Así, a un funcionario inferior, se le ofrecía una manta roja, y a uno más importante, un turbante dorado y azul manufacturado en el célebre centro de Madrás.[46] El guardián de la tumba de un santo recibía una manta blanca y, en reciprocidad, un hombre santo entregaba al *nawab* un vestido del color blanco más puro,[47] el cual simbolizaba su propio papel como uno de los custodios de los lugares sagrados del sur de la India, La Meca y Medina. De nuevo, los colores particulares y la indumentaria del *nawab* son tratados con gran detalle, porque simbolizaban —y también realzaban— un aspecto de su dignidad real. Una porción del recorrido la efectuó a bordo de una carroza "de color esmeralda" y reclinado en un cojín de piel inglesa roja, porque "ambos colores anuncian la prosperidad y la satisfacción del *nawab*".[48] En tanto sol de la realeza, lucía un ropaje bordado con hilo de oro; empero, cuando deseaba enfatizar su estatus familiar y religioso, se trasladaba en una "carroza verde-Wallajahi",[49] donde el término Wallajahi correspondía al apellido y el verde al color del Profeta. En apariencia, cada regalo y cada pedazo de tela utilizado comunicaba un estatus preciso al recibidor o usuario, aunque los significados de tales gradaciones resultan con frecuencia difíciles de recuperar.

A fines del siglo XVII, la India era uno de los principales productores y el mayor exportador de textiles a nivel mundial. Incluso en una

sociedad donde las rentas del Estado eran pagadas con dinero y donde existía un sofisticado sistema mercantil, las transacciones directas de mercancías donadas —sobre todo telas y alimentos— entrelazaban un vasto número de relaciones sociales. Por ejemplo, una fuente de mediados del siglo XIX consigna que sólo 20 por ciento de la producción de algodón en rama del subcontinente era vendida como tal en los mercados internos y externos. La mayor parte se transformaba en tela y se empleaba en las transacciones locales, siendo ofrecida por los tejedores a sus superiores, por los aldeanos a los brahmanes y a los templos, y por los agricultores magnates a sus subordinados (en el marco de un vínculo de patronazgo). Los intercambios de géneros o cereales transferían valor y honor (así como contaminación y deshonra), de un modo en que el dinero no podía hacerlo. Los paños, en comparación con los cereales o los alimentos cocinados, constituían un medio seguro, porque conservaban la energía "biomoral" durante un periodo más prolongado, pero eran incapaces de generar una transferencia inmediata de hermandad (o contaminación) como la lograda en el caso de los banquetes.

Incluso en el contexto mercantil, la producción, la naturaleza y la distribución de los textiles estaban influidas, aunque de manera más distante, por las preferencias y las expectativas culturales. Se suponía que los reyes y otras personalidades relevantes debían patrocinar a los productores y los mercados, sin una referencia directa a las cuestiones del precio o de la necesidad inmediata. Esto explica la costumbre según la cual la cabalgata real, al entrar o salir del área mercantil de una ciudad, se detenía para realizar compras directas en los bazares, haciendo a un lado temporalmente los requerimientos del sistema de abastecimiento de la realeza. Este hábito ayudaba a enfatizar la preocupación del rey por el bienestar de sus productores. De hecho, la totalidad de tales transacciones efectuadas dentro y fuera de los mercados puede considerarse como semejante al discurso político que mantiene la legitimidad del soberano y la adhesión de los súbditos. La sociedad hindú hablaba en parte en el idioma de las telas, aunque aquí el término idioma resulta muy débil, en virtud de que los tejidos podían transferir poder y transformar las relaciones. La penetración de los artículos europeos durante el siglo XIX y el final del patronazgo monárquico otorgado a los tejedores de la India representaron, por ende, algo más que una crisis en la historia económica. En realidad, dieron lugar a una crisis de legitimidad para los nuevos gobernantes del periodo colonial. De acuerdo con Habermas, estamos acostumbrados a concebir las crisis de legitimidad en las sociedades occidentales modernas como el producto de un colapso en el

discurso relativo a los deberes y las obligaciones que vinculan al Estado y la sociedad. Sin embargo, en los reinos agrarios preindustriales, las transacciones de bienes, que constituían el trabajo y la integridad de las comunidades, castas o familias, se elevaban al estatus del discurso. El que el rey no consumiera, el artesano no produjera o el mercader no comerciara, eran actos equivalentes al incumplimiento de una obligación política.

LOS ORÍGENES DE LA *SWADESHI*

La porción restante del presente capítulo versa sobre la disolución de las transacciones internas hindúes en materia de tejidos, resultante de la importación de bienes europeos hechos a máquina, y sobre el intento de reconstituir la base del consumo doméstico mediante el movimiento *swadeshi* de finales del siglo XIX e inicios del XX. Ambos tópicos han recibido gran atención de los historiadores de la economía, de los analistas de la historia política del Congreso Nacional de la India y de autores nacionalistas. Con todo, nuestro interés se centra, en primer lugar, en la percepción de tales eventos por parte de los hindúes y, en segundo, en las actitudes modernas con respecto a las telas, los tejedores y la actividad textil que aluden al orden cultural del consumo de géneros previo al gobierno colonial. En general, los historiadores han abordado el asunto de la penetración colonial con base en la razón práctica del mercado. En su opinión, los hindúes compraban textiles británicos, porque eran 30 por ciento o 50 por ciento más baratos que los autóctonos y de mayor calidad. Aunque esto haya sido cierto, debe considerarse el impacto ejercido por el torrente utilitario sobre los hábitos, presupuestos y vínculos que estaban construidos en torno del intercambio de géneros.

En realidad, la difusión de los productos británicos en la India constituyó un reflejo de la modificación en las esferas de la cultura y la economía política, y no meramente una respuesta a la disponibilidad de mejores precios. Asimismo, el posterior rechazo de los estilos europeos y de los bienes británicos, aunque haya sido parcial, trascendió el campo de la política práctica y se relacionó con la cuestión de la identidad nacional, la cual resucitó temporalmente el valor transformador del tejido. De hecho, incluso aquellos europeos que vendían paños a los hindúes estaban conscientes de que lo que se hallaba en juego no sólo era el ahorro, sino también las adaptaciones en materia de gustos y preferencias culturales. Tal como lo expresó, hacia 1990, sir George Watt:

> A todo lo largo de la India, existen localidades que son famosas por las cualidades, los diseños, etc., de sus artículos. El mercader debe cerciorarse con precisión de las tallas y las formas, así como de las características y los colores particulares, que tienen demanda en cada población. El mero hecho de ofrecer productos de mayor calidad no constituye un estímulo para el comercio. Pocos países del mundo son más conservadores en materia de indumentaria que las diversas razas y castas hindúes.[50]

Entonces, ¿de qué manera cambian los patrones determinados culturalmente a fin de ajustarse a las manufacturas extranjeras en una sociedad donde el mercado no es bastante poderoso para crear el gusto? Aquí, cabe señalar que los primeros tejidos británicos de lana y algodón comenzaron a ser importados por la India durante la metamorfosis final del sistema político mogol, que se verificó después de 1740, cuando se establecieron las nuevas aristocracias consumidoras regionales, sobre todo en Lucknow, Bengala e Hyderabad. Los elaborados patrones de consumo que surgieron en tales subcortes mogoles demostraron ser un medio excelente a través del cual los textiles y vestidos europeos se convirtieron en artículos apreciados.

Imperio mogol tardío y consumo

Los patrones de consumo de los Estados sucesores mogoles del siglo XVIII, en materia de alimentos, textiles y estilos arquitectónicos, se volvieron más complicados, variados y elaborados. En parte, esto reflejaba la inestabilidad política, y el deseo de las nuevas dinastías y sus funcionarios de validarse a sí mismos a través del uso de los símbolos materiales del mayor número posible de mandatarios del pasado y contemporáneos. La inconsistencia misma del cargo, particularmente en una situación donde las efímeras dinastías advenedizas eran servidas por eunucos y donde una administración cada vez más profesional se separaba del control directo de la tierra, fomentó el consumo competitivo. De acuerdo con el cronista Faiz Baksh, cuando el gran administrador de eunucos de Lucknow, Jawahir Ali Khan, hacía que desfilara su contingente de soldados y funcionarios, "los *sabit-khanis* [tropas domésticas] lucían un uniforme verde-mango; los soldados que no pertenecían al ejército regular, uno negro, y los *mewatis* [un grupo convertido al islamismo], uno blanco"; esta exhibición provocaba que los demás hombres ricos de la ciudad "ardieran de envidia".[51] Cabe destacar que esta ostentación de poder militar llevada a cabo por gobernantes y aristócratas suministró la primera vía importante mediante la cual los textiles británicos alcanzaron la

estimación en el plano social y comenzaron a equilibrar las exportaciones de la Compañía de las Indias Orientales, de origen británico, del modo previamente reservado a la plata. En el siglo XVIII, conforme los asesores militares y el armamento europeos se volvieron más comunes en la India, los soberanos intentaron realzar las proezas de sus propios ejércitos vistiéndolos con telas inglesas escarlatas. Los tejidos y los arneses rojos se adecuaban bien a los códigos tradicionales de color de las clases guerreras hindúes, la utilización de la sarga roja se difundió desde el ejército integrado por 60 000 hombres del *nawab* de Awadh hasta el ejército de sus competidores, y por grados a toda una amplia gama de soldados no pertenecientes a las tropas regulares, guardias y porteros. El vigor de la imagen de la "chaqueta roja" fue evidente durante el siglo XIX y aún persiste hoy día en ese país de Asia meridional. Soldados vestidos de rojo vigilan las puertas de los palacios de Rajput; individuos con chaquetas rojas participan en las procesiones matrimoniales, y el cipayo ataviado de rojo se convirtió incluso en el símbolo del estandarte de los sacerdotes-genealogistas, quienes aguardan la llegada de los peregrinos a las importantes festividades fluviales de la India.

La asociación de los géneros británicos con las hazañas militares fue duplicada por el estímulo a adoptar estilos y lienzos importados en el marco de lo que podría llamarse una ostentación política. Las facciones de la corte mogol a menudo se habían diferenciado a sí mismas con base en el empleo de vestidos particulares y la manifestación de preferencias con respecto a cierto tipo de telas. Por ejemplo, Sharar menciona el caso del "pijama de Kandahari",[52] prenda que se puso de moda en la corte cuando los nobles desearon que se les vinculara con el valor mostrado por los soldados de esa ciudad. La búsqueda de Akbar de una fe sincrética indomusulmana, con fines de reconstitución de su imperio, se caracterizó por un mayor uso de la seda y la asignación de un nuevo nombre a la indumentaria mahomatana con fundamento en términos sánscritos.[53]

En esa época, los turbantes se volvieron más pequeños, con objeto de adecuar el tocado musulmán al estilo hindú. Asimismo, a fines del siglo XVIII e inicios del XIX, las facciones de la corte que trataban de establecer alianzas con la comunidad británica adoptaron algunos estilos y productos europeos. En Lucknow, a lo largo de la década de los veinte del siglo XIX, el surgimiento del "*topi* [sombrero] del general" y de la levita abotonada europea (*sherwani*),[54] fue comparable al cambio de la corte desde su posición de tributaria del imperio mogol hasta aquélla de una dependencia creciente de los británicos. (Constituye una gran ironía que los gobernantes actuales de Paquis-

tán, avergonzados de los trajes no musulmanes que su fundador, Mohammed Ali Jinnah, solía lucir en las fotografías, retocaron éstas para hacerlo aparecer vestido con *sherwani*, una prenda que en realidad caracterizó un giro muy importante en favor de los atavíos occidentales.)

Otra vertiente de preferencias en materia de consumo a través de la cual los bienes europeos se abrieron paso en los patrones orientales de consumo estuvo constituida por el deseo insaciable de los soberanos hindúes de adquirir baratijas. Las rutas y las conexiones comerciales establecidas para la venta de relojes, figurillas chinas, espejos y bordados elaborados fueron adaptadas después para abastecer el gusto aristocrático en materia de telas y, por último, ayudaron a crear una demanda masiva de textiles importados. Los escritores europeos consideraron a menudo esta necesidad de objetos novedosos como un deseo infantil de posesión de chucherías. Ahora bien, en realidad, la profusión de baratijas dentro de una corte era concebida como otro indicio de majestuosidad. Demostraba la vastedad y variedad de los reinos, y los contactos entablados con reyes de territorios distantes. Así como Dios, el soberano del universo, había creado toda clase de bestias y cosas, del mismo modo su apéndice terrenal debía gobernar sobre una abundancia de creaciones. Los agentes comerciales del interior subrayaban que resultaba más fácil encontrar un mercado para los objetos novedosos que para las manufacturas estándares. Las telas británicas teñidas de diferentes colores en cada lado disfrutaron de la preferencia de los clientes en la feria de Hardwar.[55] En Lucknow, tuvo lugar una significativa demanda por cualquier cosa hecha de vidrio. Enormes cantidades de vidrio plano inglés se utilizaron en la creación de los grandes recintos dedicados a la oración (Chhota y Bara Imambaras),[56] y los espejos, catalejos y lentejuelas hallaron un mercado cautivo.

Asimismo, las cortes tomaban prestado y aprendían unas de otras y, a pesar de que el conocimiento del estilo aristocrático europeo fue mínimo en la India antes del siglo XIX, su contacto con otras cortes asiáticas era frecuente. Al respecto, el emperador otomano constituyó un modelo importante, porque la mayoría de los monarcas hindúes lo veneraban en tanto Protector de los Lugares Sagrados, motivo por el cual mantenían embajadas en Estambul. El estilo otomano ya había abandonado su clásica línea islámica y sus colores. Durante el siglo XVIII, la incorporación gradual de Turquía al concierto de naciones de Europa había marcado la aparición de muebles estilo Luis XV, porcelana de Meissen, terciopelo inglés y guantes. Luego, después de

1780, tuvo lugar una occidentalización masiva en la indumentaria de la corte, como una forma de presión para que se desarrollaran reformas militares dentro del imperio.[57] Lo que estaba sucediendo en Estambul, al igual que en las cortes hindúes de la época, era una modificación substancial de la cultura material, donde los objetos y los muebles reemplazaban la línea clásica del antiguo arte islámico, visto éste como patrón del espacio vital. El embellecimiento del interior de los edificios, con una abundancia de objetos, pinturas, tapices y muebles, se puso de moda en la India, alcanzando su punto culminante en el palacio Malik de Calcuta, con su multitud de estatuas de mármol de Carrara, y en el palacio Salar Jang de Hyderabad, donde los relojes de péndulo se combinaban con sofás de cabecera provenientes de Francia. Con fundamento en este cambio del gusto aristocrático, los géneros y los estilos de vestir ingleses pudieron poner un pie adentro del mercado hindú.

A este respecto, se advierten dos principios básicos. Primero, es probable que, al igual que en el caso de los sacos rojos de los cipayos, haya funcionado una fuerte influencia mágica en relación con los textiles y los estilos europeos. En 1812, en el distrito bengalí de Dinajpur, Hamilton Buchanan observó que los artículos usados por los caballeros europeos que regresaban a su país de origen, eran vendidos en el mercado local por un precio mucho mayor que el vigente en el mercado de Calcuta.[58] En apariencia, la gente deseaba tales objetos como si se tratara de insignias del poder superior de Europa. Segundo, es importante destacar que esta primera etapa de la colonización del gusto hindú ocurrió en un periodo en que el estilo indomusulmán se estaba volviendo más variado, ornamentado y elaborado, lo cual facilitó la incorporación de los objetos novedosos del extranjero en sus principios de diseño. Quizá, se estaba verificando un cambio estético que era completamente autónomo de las modificaciones en la esfera de la economía política.[59]

La transición desde las formas puras y clásicas, por una parte, hasta los estilos elaborados y "barrocos", por la otra, tiene lugar de tiempo en tiempo dentro de las grandes tradiciones artísticas, y resulta tanto difícil como sospechoso reducir tales transformaciones a cuestiones de cambio social o de economía política. La mente del artista, obstaculizada por las convenciones, puede tratar de escapar mediante, en un primer momento, la repetición de los temas y, luego, la ornamentación. Empero, si esta fase de cambio coincide con una intensa rivalidad política o con una invasión de influencias extranjeras, tal como sucedió en la India durante el siglo XIX, aumenta la variedad y la complejidad.

FACTORES CULTURALES QUE INFLUYERON EN EL CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES MASIVAS

Si los cambios de los gustos reales y aristocráticos brindaron la oportunidad para que entraran mercancías británicas en la India, ¿cuál fue el contexto social dentro del cual se dilató tan dramáticamente esta penetración mercantil? Hacia la década de los setenta del siglo XIX. Gran Bretaña abastecía entre 25 por ciento y 30 por ciento de la demanda textil total de la India oriental. Ante todo, la creciente reputación en ese país de Asia meridional de los estilos europeos de vestimenta estimuló en gran medida y por sí sola el mercado de tejidos. El vestido como indicador de las identidades, se volvió una cuestión explosiva a principios del siglo pasado, en virtud de que representaba una señal evidente del cambio cultural. La descripción de Sharar sobre el proceso verificado en Lucknow en los años sesenta y setenta del siglo XIX, muestra la complejidad alcanzada. Las escuelas rivales de teólogos adoptaron diferentes estilos de tocados.[60] Los musulmanes sunitas, como sir Sayyid Ahmed, comenzaron a usar prendas europeas y cascos turcos; los musulmanes chiítas, la indumentaria europea y el sombrero de cuatro picos asociado a los reformadores persas. El pijama bombacho gozó de la preferencia de los jóvenes rebeldes más ortodoxos, mientras que los bebedores de alcohol y comedores de carne eligieron los angostos pantalones británicos. Después de 1850, el surgimiento de profesiones al estilo inglés, con énfasis en los ritos ocupacionales y la conformidad, tendía también a quebrar la resistencia en contra de los textiles europeos y, por tanto, de los géneros ingleses. La formación de clases y el acceso a los recursos del poder colonial exigieron una adaptación a Europa, por lo menos en la esfera pública. Los hindúes que habían lucido en privado la vestimenta de la corte mogol y los *dhotis* de la India, cambiaron en esa etapa el estilo musulmán por la levita y el pantalón. Los paños y estilos europeos ejercieron un desemejante efecto en los diversos grupos ocupacionales. Los profesionistas y los funcionarios gubernamentales eran los más occidentalizados, seguidos por los terratenientes que estaban en contacto con magistrados y recaudadores, mientras que los comerciantes y brahmanes siguieron utilizando sus tradicionales trajes blancos. En el ambiente rural, no hubo un giro apreciable en dirección de los *estilos* europeos de vestimenta. Empero, hacia 1870, los textiles ingleses a los que podía imprimirse un estilo hindú se convirtieron en tejidos de uso generalizado.

Se sabe lo suficiente sobre los hechos económicos.[61] Después de 1850, el rápido mejoramiento del transporte interno y externo redujo

de modo significativo los costos que los dueños de las tejedurías de Lancashire y que los exportadores debían cubrir para vender sus productos en la India. Los ferrocarriles y los caminos mejor acondicionados permitieron el acceso a aldeas del interior de forma tal que, hacia 1880, más de 30 por ciento de la demanda textil de la India oriental era abastecida con importaciones. Ahora bien, también participaron otros dos factores. Primero, después de 1857, la expansión de las existencias de monedas de plata, combinada con el ritmo más acelerado del crecimiento económico y demográfico, elevaron los precios dentro de la India. Esto tendió a incrementar el costo de la mano de obra del artesanado autóctono, el cual tenía que pagar más caros los alimentos y los artículos de subsistencia. Así, se amplió demasiado la diferencia de precio entre los productos industriales europeos y las telas locales hechas a mano. Segundo, la mayor competitividad de Lancashire coincidió con una oscilación de los gastos del consumidor rural hindú, como resultado del alza de los precios agrícolas y de la disminución de la autoridad relativa del Estado para exigir el pago de las rentas prediales. No fue sino después de 1890 que las hilanderías hindúes de Bombay y Ahmedabad pudieron recuperar sus mercados.

A pesar de que ciertos observadores, como Watt y Watson, destacaban la necesidad imperiosa de que los exportadores prestaran atención al estilo, color y uso de los textiles, la preferencia por el lienzo doméstico en cuanto tal ya no existía. En relación con las Provincias Unidas, C.A. Silberrad consigna lo siguiente: "Casi no hay ninguna señal de que se prefieran, por motivos sentimentales o de casta, los productos tejidos a mano respecto de los confeccionados a máquina".[62] Menciona que algunos "terratenientes chapados a la antigua" del distrito de Bara Banki patrocinaban a los tejedores autóctonos, y otras fuentes indican que muchos artesanos aún elaboraban telas destinadas a ser utilizadas en funciones religiosas especializadas, un mercado cerrado completamente a los géneros importados. El color superior y la textura de buena calidad, características que siempre se habían valorado en la fabricación indígena de paños, otorgaban la ventaja a los textiles ingleses. Sólo donde se requerían telas especialmente duraderas o baratas, los tejidos hechos a mano se mantenían a flote frente a la competencia extranjera directa. En las clases de mediana y alta calidad, los géneros de Lancashire eran por lo menos un tercio más baratos y lograban una rápida introducción al mercado hasta que, durante los años ochentas del siglo XIX, las propias fábricas hindúes se orientaron hacia la producción masiva.

No obstante, las explicaciones de la penetración británica en el mercado hindú ofrecidas en tales términos parecen inadecuadas, porque sugieren el predominio de preferencias de consumo puramente ahorradoras o utilitarias en un área que había estado influida por nociones rituales y de dignidad real, así como por consideraciones comunitarias. Y el fenómeno en cuestión no se verificó de ese modo. En la fase inicial de las ventas masivas, las telas inglesas tuvieron éxito porque eran compatibles con las preferencias culturales de los consumidores locales. En las partes del mundo en que no lo fueron —por ejemplo, en el Lejano Oriente—, no pudieron avanzar, a pesar de las ventajas equivalentes de precio y de la existencia de un mejor transporte. El hecho fue que los textiles ingleses encajaron en una zona de preferencia de consumo que en alguna ocasión estuvo ocupada por telas de algodón finas y sedas autóctonas. Cabe señalar que una amplia gama de géneros británicos fueron denominados *nankeen*, un término que aludía a los lienzos chinos de alta calidad y excelente textura que la Compañía de las Indias Orientales había importado alguna vez de la costa de China. Los *nankeen* ingleses tenían una buena apariencia, eran fácilmente lavables y su uso resultaba más cómodo que los tejidos hindúes. Comenzaban a adquirir prestigio: el campesinado creía que "una señal del hombre próspero era su capacidad para vestir a su esposa e hijos con prendas británicas".[63] La reputación de la fineza y la "limpieza" de la tela contrastaba con el aún mínimo renombre del lienzo doméstico. El textil extranjero no corría los numerosos riesgos ni padecía las incertidumbres a los que estaban sometidos los productos artesanales, los cuales todavía conservaban el fantasma de su esencia transformadora. Sólo el impacto ejercido por el nacionalismo comenzó a modificar tales preferencias.

Swadeshi *y la industria doméstica*

El movimiento *swadeshi*, cuya expresión radical fue complementada con el boicot a los bienes ingleses, es comparable a otros repuntes nacionalistas de Asia y África que rechazaron los artículos europeos o que se negaron a producir cultivos europeos en tanto símbolos de la opresión local o nacional. De acuerdo con los fines del presente ensayo, lo que nos interesa es la forma en que los líderes nacionalistas transformaron y utilizaron los temas de la protección, la legitimidad, la vergüenza y la magia, los cuales estaban asociados a la tela y la vestimenta en las mentalidades populares. En particular, el propio Gandhi fue más allá del uso del lienzo doméstico en tanto mero

símbolo, y penetró en los niveles aún más profundos del significado relativo a la naturaleza del tejido visto como acto creativo, a la labor de limpieza de los *dhobis* en tanto indicio de la redención, y a la capacidad de la tela para conservar la luminosidad de los lugares y las personas.

Antes de la década de los ochenta del siglo XIX, la resistencia en contra de la colonización del gusto y de la importación de bienes europeos fue, en el mejor de los casos, esporádica. En 1806, el ejército de Madrás se sublevó en Vellore, cuando las regulaciones británicas parecieron amenazar el estilo tradicional de los turbantes y, por tanto, la virilidad de los cipayos. Al principio, los juristas musulmanes permitieron el uso de las prendas europeas, en virtud de que la indumentaria autóctona (asociada con el propio Profeta) se seguía utilizando en las mezquitas. Más tarde, algunos hombres ilustrados emitieron órdenes en contra de la vestimenta europea y los textiles ingleses, con base en el planteamiento de que lesionaban el modo de vida de los tejedores, quienes se convertían así en un lastre para la comunidad islámica. Con todo, la ventilación más difundida de la difícil situación de los tejedores tuvo lugar, fuera de los documentos británicos, durante la rebelión de 1857 en el norte de la India en contra del dominio colonial. Muchas proclamaciones de los insurrectos aludían específicamente al daño producido por las importaciones inglesas. Por ejemplo, la población de Azamgarh enfatizó el modo en que los tejedores, los recolectores de algodón, los carpinteros, los herreros y otros individuos habían sido reducidos a la penuria. "Empero, bajo el gobierno de Badshashi [restaurador del dominio mogol], los artesanos hindúes serían empleados exclusivamente en el préstamo de servicios a los reyes, a los rajás y a los individuos ricos, lo cual garantizaría sin duda alguna su prosperidad".[64] Se instó a los artesanos a que se unieran a la rebelión, y un gran número de ellos lo hizo en las pequeñas ciudades del valle del Ganges. En apariencia, el hecho de que el gobierno británico no haya adquirido artículos artesanales —su fracaso en comprometerse en transacciones recíprocas a cambio de los tributos o de los servicios suministrados—, condujo a la crisis de legitimidad de éste. A principios del siglo XIX, los funcionarios ingleses se topaban a menudo con quejas relativas a que la Compañía de las Indias Orientales había olvidado su obligación de consumir y construir, concentrándose en cambio en la edificación de "cárceles y tribunales". En una sociedad alfabeta, la crisis de legitimidad se manifiesta en el colapso del discurso público referente a las obligaciones de la sociedad para con el gobierno; en una sociedad analfabeta, el descuido del gobierno en materia de negociar con base en un

medio aceptado de intercambio, ya sean telas, ganado o flores, puede tener las mismas consecuencias.

Con todo, la oposición articulada y sostenida en contra de las importaciones británicas no se verificó sino a fines del siglo XIX, en tanto precursora del movimiento nacionalista. Su primer punto culminante estuvo representado por la campaña *swadeshi* de Bengala, ocurrida entre 1905 y 1910, la cual constituyó un esfuerzo concertado para fomentar la industria doméstica mediante el boicot a los bienes ingleses. La chispa que encendió el conflicto fue de naturaleza política: la decisión del gobierno de lord Curzon de dividir la provincia de Bengala y neutralizar el nacionalismo radical. Empero, los negociantes y propietarios de tejedurías habían difundido a lo largo de varias décadas las ideas del movimiento, con objeto de promover sus productos dentro de un contexto comercial difícil.[65] Asimismo, el *swadeshi* era heredero de un movimiento de renacimiento artístico, dirigido a proteger los valores de las tradiciones artesanales autóctonas en contra del carácter impersonal de la producción textil y de la monótona uniformidad de los colorantes químicos. Algunos funcionarios británicos, tal como E.B. Havell, defensor por mucho tiempo de las artesanías hindúes y partidario de la lanzadera, habían estimulado el interés en el tejido elaborado en telares manuales, desde los años ochenta del siglo XIX.[66] Havell y otros creían que Inglaterra podía representar un mercado creciente para los objetos exóticos hechos a mano en la India, puesto que en el territorio inglés la urbanización y la industrialización habían provocado una "reacción arcadista", asociada con el trabajo de artistas tales como William Morris. Sin embargo, las ideas de Havell no eran estrictamente prácticas. Reflejaban los remordimientos de una filosofía del progreso social, de naturaleza conservadora, la cual enfatizaba la integridad de la comunidad y la noción del esfuerzo propio. Havell advertía a los artesanos que no aceptaran la ayuda del gobierno: "lo que vale la pena es aquello que ustedes pueden y deben hacer por ustedes mismos".[67] Este tema fue abordado con pasión por la primera generación de críticos de arte hindúes. Por ejemplo, Ananda Coomoraswami escribió sobre "la regeneración de la India a través del arte, y no sólo de la economía y la política". La "vulgarización de la India moderna con su caricatura de indumentaria europea", junto con "el cristal tallado y las figurillas chinas", constituía la prueba concluyente de "algún poderoso mal en nuestras almas". En consecuencia, el *swadeshi* debía convertirse en "un ideal religioso y artístico".[68]

En términos prácticos, el movimiento *swadeshi* tuvo un éxito limitado. El boicot de las manufacturas británicas, que duró unos

cuantos meses, resultó en general eficaz sólo en aquellos sitios donde los poderosos terratenientes participaron en calidad de conductores. A pesar de que disminuyó la velocidad de la declinación del número de tejedores rurales en Bengala y la India oriental durante las dos décadas comprendidas entre 1890 y 1910, el movimiento *swadeshi* constituyó únicamente uno de los factores involucrados.

Ahora bien, no obstante lo anterior, el tejido en el telar manual ya había sido transformado de una artesanía rural amenazada en un símbolo vigoroso de la regeneración moral y espiritual de la India. Había surgido una gran variedad de cuestiones nuevas. El boicot de los artículos ingleses formaba parte del objetivo más amplio consistente en "cortar todas las conexiones con las clases gobernantes coloniales". De acuerdo con S.N. Bannerjea, la *swaraj* (libertad) y el *swadeshi* estaban vinculados: "Debemos ser *swadeshi* en todas las cosas, en nuestros pensamientos, métodos educativos y desarrollo".[69] La libertad era algo más que lo englobado por la noción europea, representaba "el retorno de la *satyayuga* [era de la verdad] de la grandeza nacional". Los hindúes que vendían bienes británicos también eran boicoteados, en el marco de lo que fue una tentativa moderna de definir los límites de la comunidad y la política, con base en la producción y el consumo de textiles. Se hacían referencias frecuentes a la prosperidad de Bengala en la época en que los emperadores mogoles patrocinaban a los tejedores de Dacca y Murshidabad a través de las *malmul khas*. En realidad, la historiografía moderna de la India mogol parte de este punto y aún está imbuida de temas del *swadeshi*. Tales temas eran puestos en ejecución durante las enormes protestas masivas contra la división de Bengala, cuando las personas hacían promesas de lealtad a la nación por medio de la limpieza ceremonial en las aguas del Ganges, el uso de telas hindúes, y el acto de amarrar en el brazo del prójimo las cintas o brazaletes de color amarillo y bermellón denominadas *rakhis*.[70] Previamente usadas para simbolizar los vínculos entre los hermanos y las hermanas de una familia, esas cintas, tejidas localmente, se habían convertido en símbolos de la hermandad nacional. Debido a que el empleo de las telas producidas domésticamente solía involucrar una pérdida económica, dado que eran más caras que los lienzos extranjeros, algunos líderes populares desarrollaban el tópico del sacrificio en sus manifiestos sobre el *swadeshi*. Por ejemplo, Sri Aurobindo enfatizó que el rechazo de los bienes foráneos constituía un acto de sacrificio que debía preceder a la regeneración personal y nacional. "Debemos abandonar la vida individual y dirigir la vida de la nación". En su opinión, los textiles británicos representaban el veneno que

conducía hacia su propio antídoto, un nuevo fervor religioso para con la "Madre glorificada", la diosa Durga, la protectora de Bengala.[71]

Durante esos años, se prestó atención no sólo al contexto del consumo y el alma del consumidor, sino también a la calidad de la tela nacional. Los tejidos aborígenes más baratos solían considerarse ásperos, feos e incluso un poco sucios, mientras que los lienzos británicos eran famosos por su fineza y pureza. Los cantantes, actores y predicadores populares llevaron a cabo arduos esfuerzos para invertir tales estereotipos, dirigiendo su mensaje particularmente a las mujeres. Al respecto, circularon ciertos rumores en el sentido de que los textiles británicos, que habían sido teñidos con químicos desconocidos, eran en realidad impuros (que, por ejemplo, el azúcar importada estaba impregnada con grasa de vaca).[72] Al mismo tiempo, la propia sencillez y el carácter holgado del tejido aldeano fueron alabados por su naturalidad, pureza y falta de sofisticación, que en este contexto se volvía un término oprobioso. Los cantos aldeanos del periodo comprendido entre 1905 y 1910 asociaban los paños domésticos con imágenes de maternidad, con el arroz y el requesón, y con las cosas buenas del ambiente rural no contaminado.[73]

Sin duda, fue Mahatma Gandhi quien llevó la redefinición de la pureza y su asociación con la cualidad de la tela a la conclusión más elaborada. Mientras que los líderes bengalíes del movimiento *swadeshi* de 1905-1910 habían utilizado en general el lienzo doméstico como símbolo político, Gandhi enfatizó su naturaleza de talismán y afirmó que la creación del textil a través de la hilandería constituía una plegaria. La producción aldeana de paños, mediante el hilado y el tejido, iba a transformar la fibra moral de la nación en un sentido muy literal. Los temas del artesano, visto como un creador puro, y del intercambio de telas, concebido como un medio para incrementar el estatus moral, estaban implícitos en muchas nociones populares sobre la cualidad de los tejidos. El genio de Gandhi le permitió, no obstante la incoherencia de su anterior pensamiento económico y político, reunir en un solo tópico toda una serie de creencias, aspiraciones y símbolos populares. El asunto de los textiles y los símbolos relacionados con la vaca sagrada ocupaban por igual un sitio relevante dentro del movimiento nacionalista de los años veinte y treinta del presente siglo.

Si examinamos los voluminosos trabajos de Gandhi y sus discípulos que versan sobre la cuestión del lienzo doméstico (*khadi*), surgen varios temas subordinados. Ante todo, nos topamos con la reaparición de la noción de protección como un elemento importante de las transacciones de telas y vestidos. Mediante una paradoja simbólica,

el consumo de bienes extranjeros, cuyo monto representaba millones de rupias, había dejado a los hindúes en la pobreza y la desnudez (la imagen de la desnudez femenina y la vergüenza fue particularmente poderosa para Gandhi). En consecuencia, los hindúes patriotas debían hilar su propia fibra y comisionar a los tejedores aborígenes la confección de lienzos domésticos. Representaba una obligación moral y religiosa el posibilitar el retorno a aquellos prósperos días en que "millares de mujeres hilaban sus fibras y hacían que fueran tejidas por tejedores profesionales".[74] Las mujeres tenían que volver a participar en los procesos laborales e incrementar la capacidad productiva de la India pero, al mismo tiempo, se reafirmaba el antiguo estatus femenino: Manú decía que el deber de la esposa era tejer, y el de la mujer soltera, hilar. En relación con el consumo, se ordenaba la total abstinencia de los artículos confeccionados a máquina. Incluso era menester rechazar los textiles manufacturados en Bombay, como parte constitutiva de la obligación religiosa de ser "amable y atento con los vecinos", la cual se hallaba en la base de la buena política. En 1919, en la ciudad de Godhra, Gandhi señaló a este respecto:

> Siempre que los agricultores y tejedores de Godhra puedan satisfacer las necesidades de los ciudadanos de Godhra, éstos últimos no tienen derecho a salir fuera de Godhra para apoyar, digamos, a los agricultores y tejedores de Bombay. Los ciudadanos no pueden matar de hambre a sus vecinos y alegar que están salvando a sus primos distantes del Polo Norte.[75]

Además, el gobierno había perdido su derecho de administrar, al haber fracasado en el cumplimiento del deber básico del rajá, a saber, ayudar a su pueblo mediante el fomento de sus artes y el consumo de sus bienes.

Tales argumentos constituían un desarrollo de la ideología *swadeshi* de 1905-1910. Con todo, Gandhi fue un innovador, porque reafirmó los aspectos religioso y mágico del boicot y la quema de textiles, del hilado y el tejido del lienzo doméstico. Rabindranath Tagore percibió esto fácilmente y condenó sus implicaciones. Dando un viraje a la metáfora, señaló lo siguiente: "Debe reflexionarse sobre el acto de quemar un montón de tela frente a los propios ojos de nuestra Patria, la cual se estremece y avergüenza en su desnudez. ¿Cuál es la naturaleza del llamado a cometer una acción semejante, que no es sino otro caso de la fórmula mágica?".[76] Gandhi replicó a lo anterior que representaba un "pecado" el que un hombre luciera "la indumentaria de moda de Regent Street cuando sus vecinos, los hilanderos y tejedores, se están muriendo de hambre... El conocimiento del pecado me invade;

debo entregar las prendas extranjeras al fuego, a fin de poder purificarme a mí mismo y quedar satisfecho con el lienzo doméstico *khadi* confeccionado por mis vecinos".[77] Después, durante la década de los veinte, Gandhi desarrolló aún más el tema de que el hilado constituía un acto de oración (un mantra), tanto el purgamiento del pecado individual como la creación de una nueva vida para el hilandero y la comunidad. En contra de una gran oposición, se adoptó temporalmente el hilado de ciertas cantidades de fibra, como una condición de admisión para ocupar cargos dentro del Congreso Nacional de la India. El lienzo doméstico blanco se convirtió en el uniforme de los miembros del partido y de los funcionarios. Si las complicadas distinciones en materia de vestimenta habían caracterizado a la sociedad dividida en castas, la adopción generalizada del *khadi* tenía como objetivo la creación de una uniformidad de apariencia, donde sólo los actos buenos diferenciarían a las castas superiores. En realidad, Gandhi trató de resolver la ambigüedad existente entre la acción pura y divina implícita en la obra del artesano, y el estatus inferior, incluso paria, que caracterizaba al hilandero y al tejedor. Todos los hindúes se iban a convertir en hilanderos, tejedores y lavanderos, así como ejecutantes del oficio más inferior de todos ellos, esto es, encargados de la limpieza de los baños. Por último, Gandhi intentó ritualizar de nueva cuenta las herramientas mismas del comercio y la propia "mercancía". Su búsqueda del torno de hilar a mano más apropiado estuvo imbuida de la noción de in- dagación espiritual y, al mismo tiempo, prestaba atención a las ideas antropomórficas comunes entre los hilanderos y los tejedores, quienes consideraban al torno como un miembro genuino de la familia. Además, Gandhi subrayó constantemente la pureza y divinidad que el lienzo doméstico confería a sus usuarios. Así, el *khadi* reconquistaba sus cualidades transformadoras y mágicas, mientras que el torno de hilar a mano ocupaba su lugar en la bandera del Congreso.

El presente ensayo ha sugerido que las ideas y los presupuestos relacionados con los textiles en la sociedad hindú pueden analizarse en varios planos. En las aldeas y en el Estado hindú o indomusulmán, la noción de que la tela era una cosa que podía conservar las cualidades que le transferían los individuos o los grupos que la creaban o entraban en contacto con ella, se oponía a la necesidad de hacer del lienzo una mercancía neutral que facilitara el intercambio general de alimentos, plata y bienes básicos. El papel de la élite dominante en la aldea o del rey era mediar entre tales procesos de "singularización" y "mercantilización". Por tanto, las ideas referidas a la cualidad transformadora de los géneros continuaron desempeñando un papel fun-

cional en la integración de los Estados hindúes y de la sociedad de castas a través del oficio del soberano.

Asimismo, en el periodo moderno, la ideología de Gandhi relacionada con la confección y el uso de textiles cumplió con más de una función en la economía política. Gandhi y sus partidarios más cercanos se opusieron con una vehemencia semejante a las telas manufacturadas en la India y a los paños extranjeros. Sin embargo, los industriales y políticos, como Jawaharal Nehru, que apoyaban el progreso técnico hindú, adoptaron una posición ambigua a este respecto. Conscientes o no, utilizaron el capital moral y político generado por la campaña del Mahatma en favor del tejido aldeano, para apoyar su proyecto de libertad e industrialización de la India. Por ejemplo, las tejedurías de Bombay confeccionaban a máquina copias de las diferentes clases de lienzos domésticos, para distribuirlas en el interior del país.[78] Los industriales, tales como los Birlas y los Tatas, ofrecían dinero a las campañas *swadeshi* de Gandhi, aunque se oponían implícitamente al contenido contrario a la industria de su mensaje más general. A su vez, la República de la India gastaba enormes sumas de dinero en la difusión de la tela casera a través de instituciones tales como la cadena de *Khadi Bhawans* (tiendas de venta al menudeo de lienzos domésticos), las cuales funcionaban a menudo con pérdidas, a pesar del compromiso gubernamental con la industria competitiva. El gobierno aún debía proteger el empleo, la comunidad y las destrezas locales. No podía promover muy velozmente la mercantilización a través de la industrialización: debía mediar entre lo singular y la mercancía.

CONCLUSIÓN

De acuerdo con varias formulaciones recientes, la economía hindú del periodo inmediatamente anterior al colonialismo era "protocapitalista", y aquélla de la etapa colonial, un ejemplo de "desarrollo capitalista detenido". Supongo que tales nociones implican algo más que la mera existencia de mercados sofisticados y el pago de la renta predial en dinero efectivo. Sin duda, deben aludir al hecho de que se verificó cierto grado de transformación en los valores y presupuestos que enlazaban a los individuos entre sí y con el mercado. Sólo de este modo fue posible que el mercado comenzara a distribuir valores y que surgiera la noción de capital impersonal. Independientemente de las definiciones del capitalismo que sean empleadas, ahora se considera que los cambios en la ideología y la organización social

constituyen causas y no sólo consecuencias de la transición al capitalismo temprano. El propio Marx presuponía la creación de una estructura estatal estable y conceptos de propiedad, dentro de los cuales pudieran cristalizar los nuevos modos capitalistas de producción; hoy día, muchos teóricos marxistas han llegado más lejos, al explicar la forma en que la "superestructura" ideológica y política interviene en tanto fuerza autónoma en el proceso mismo de la producción. Weber argumentaba que la existencia de una ética capitalista expansiva representaba una precondición de la transición económica. Sombart vinculaba las modificaciones en las relaciones familiares y la "secularización del amor" con el crecimiento de un mercado capitalista, por medio de la demanda incrementada de mercancías de lujo. Este último enfoque de la conexión entre valores y mercados ha sido el menos explotado por los historiadores, quienes han examinado la mentalidad de los empresarios sin tener en cuenta los lazos entre las personas y las mercancías. Una prueba general del ascenso de los valores capitalistas parece ser la desaparición en la vida cotidiana de una definición ampliamente aceptada de los conceptos "bueno" y "malo", "propicio" y "no propicio". Las relaciones mercantiles entre los individuos y las cosas no dejan mucho espacio a semejantes juicios de valor. Esto se debe a que resulta imperativo que los individuos se desprendan de su estatus previo y se les asigne uno nuevo, universalmente comparable dentro del mercado laboral capitalista. Del mismo modo, es esencial que los bienes se despojen de la luminosidad del lugar y del espíritu de reciprocidad en el contexto del mercado desarrollado de mercancías. Así, el "mal de ojo" y el "demonio" (íncubos característicos de la economía campesina) fueron eliminados del discurso cotidiano de la clásica sociedad protocapitalista, a saber, la de Inglaterra de los siglos XVI y XVII, de acuerdo con Alan Macfarlane.[79] El sentido del pecado y del mal agüero fueron desplazados del lenguaje ordinario y de las cosas comunes, quedando instalados en el reino de la controversia teológica. Sólo en la periferia del desarrollo capitalista, como en la Latinoamérica tribal, el dominio conservó su sitio dentro de la aldea, en tanto representación del torrente de acopio del mercado de trabajo y de las mercancías capitalistas.[80] La aldea y la economía se distinguieron una de la otra a través del pecado y el demonio.

En la India, tales transiciones rigurosas no tuvieron lugar durante los últimos tres siglos. Lo sorprendente de este caso es el modo en que los aparatos formales del mercado y de la economía monetaria se amoldaron a sí mismos y fueron adaptados por mentalidades que aún concebían las relaciones entre los hombres y las mercancías como

buenas (puras) y malignas (contaminadas). Y esto fue así, porque los bienes sólo eran objetos mercantiles durante un breve lapso de su vida social. En tanto artefactos del proceso de producción, retenían el espíritu del productor y, a su vez, influían en su rango; en tanto obsequios, modificaban la naturaleza del donador y del recibidor; en tanto posesiones, conservaban y almacenaban el bien y el mal. La vida de una mercancía en el mercado impersonal era breve. Empero, aun en ese sitio, el valor mercantil no desvanecía completamente el valor humano. Los compradores y los vendedores estaban restringidos por la obligación de adquirir ciertas cosas, en ciertos momentos y en ciertos mercados. La existencia generalizada de mercados, prestamistas y libros de cuentas de partida doble, no era incompatible con la persistencia de mentalidades precapitalistas en la cultura material. De hecho, la cultura material no fue nunca meramente material, y no se le puede contraponer al capitalismo ni incluso al lujo; por sí solo, el dinero no podía transformar las relaciones (un argumento obvio, pero que debe ser subrayado con respecto a buena parte de la historia económica de la India contemporánea). Aun la irrupción de los textiles británicos en el territorio hindú se verificó en el contexto de sistemas de redistribución e ideologías del gusto que podían promover o retrasar el desarrollo de una percepción utilitaria de las mercancías. El movimiento de Gandhi, aunque del todo comprometido con la noción de propiedad privada —tal como lo han sostenido los izquierdistas—, era resueltamente anticapitalista en materia de las relaciones entre las personas y las cosas, entre los individuos y los productores. Desde luego, las cuestiones del valor y la comunidad nunca han sido desterradas de manera completa del mercado, ni siquiera en las sociedades capitalistas, tal como lo corroboran las campañas que rezan: "compre artículos británicos" o "adquiera bienes estadunidenses". Empero, el intrincamiento de las relaciones reflejado por el papel transaccional de las comunidades rurales de la India fue de un orden diferente. Y si muchas de las actitudes examinadas en el presente ensayo han comenzado a desaparecer, ha sido la muy reciente mecanización de la producción a través de las fábricas, y no los mercaderes precoloniales o el Estado colonial, la que ha provocado la transformación.

NOTAS

El presente ensayo aprovechó en gran medida los análisis generales planteados en el seminario de Filadelfia y, en particular, los comentarios de Arjun Appadurai, David Ludden, Gyan Prakash e Igor Kopytoff. Además, quiero expresar mi agradecimiento a Chris Gregory, Susan Bayly, Sugata Bose, Richard Waller y Raj Chandavarkar. En los

Países Bajos, me resultaron muy útiles las argumentaciones de los miembros del Instituto Oriental Kern y del Centro para el Desarrollo Europeo de la Universidad de Leyden. Asimismo, las ideas de Frank Perlin, Jonathan Parry, Tony King y Bernard Cohn contribuyeron de un modo más indirecto a esclarecer los tópicos abordados en este lugar.

[1]Véase R.B. Smith, *Vietnam and the West*, Londres, 1968; David Marr, *Vietnamese Anti-Colonialism*, Princeton, N.J., 1973; Peter Carey, "The Origin of the Java War, 1825-30", *English Historical Review*, vol. I, p. XCI, 1976; F. Fanon, *A Dying Colonialism*, Londres, 1970.

[2]Por ejemplo, Keith Hart, "On Commodization", en E.N. Goody, comp., *From Craft to Industry: The Ethnology of Proto-Industrial Cloth Production*, Cambridge, 1982.

[3]F. Perlin, "Proto-Industralization and Pre-Colonial South Asia", *Past and Present*, núm. 98, 1983; véase también C.A. Bayly, *Rulers, Townsmen, and Bazaars*, Cambridge, 1983.

[4]Durante la redacción del presente ensayo, no tuve conocimiento del documento de Bernard S. Cohn, "Cloth, Clothes, and Colonialism: India in the Nineteenth Century", preparado con motivo del simposio sobre Telas y la Organización de la Experiencia Humana, verificado en Nueva York, en octubre de 1983. Ojalá que ambos trabajos resulten complementarios.

[5]A. Appadurai, "Gastro-Politics in Hindu South Asia", *American Ethnologist*, vol. VIII, núm. 3, 1981, pp. 494-512. M. Marriot y R. Inden, "Caste Systems", *Encyclopedia Britannica*, vol. III, 1974, pp. 982-991; D. McGilvray, comp., *Caste Ideology and Interaction*, Cambridge, 1982, introducción.

[6]Véase B. Seal, *The Positive Sciences of The Ancient Hindus*, Varanasi, 1958.

[7]L. Ananthakrishna Iyer *et. al.*, *Mysore Tribes and Castes*, vol. I, Madrás, 1935, p. 435.

[8]R. Russell e Hira Lal, *Tribes and Castes of the Central Provinces of India*, 1916; reimpreso en Ossterhout, 1969, vol. I, p. 123.

[9]*Ibid.*, vol. I, pp. 123-125; G.A. Herklots, *Islam in India by Jafar Shah*, Londres, 1921, pp. 228, 269, 272.

[10]Ghalib, *Dastunbuy*, Londres, 1978, p. 28; obra traducida al inglés por K.A. Faruqi.

[11]Russell e Hira Lal, *op. cit.*, vol. IV, p. 367.

[12]A. Yusuf Ali, *A Monograph on Silk Fabrics Produced in the North Western Provinces and Dudh*, Allahabad, 1900, p. 120; véase también S.N. Dhar, *Costumes of India and Pakistan*, Varanasi, 1969.

[13]Sir G. Watt, *The Commercial Products of India*, Londres, 1908, pp. 1011 y 1121.

[14]Yusuf Ali, *op. cit.*, p. 75.

[15]*Ibid.*, p. 67.

[16]*Ibid.*, p. 121.

[17]Watt, *op. cit.*, p. 1125.

[18]Pupul Jayakar, "India Fabrics in Indian Life", en *Textiles and Ornaments of the Museum of Modern Art, New York*, Nueva York, 1956.

[19]P. Kane, *History of Dharmasastra*, Puna, 1963, vol. II, pp. 670-672.

[20]*The Laws of Manu*, vol. IV, núm. 189; versión traducida al inglés por G. Bühler, Oxford, 1886, p. 158.

[21]Ghulam Abdul Qadir, "Bahar-i-Azamjahi", en *Source of the History of the Nawabs of the Carnatic*, núm. 11, traducción al inglés de Nainar, Madrás, 1950, p. 50.

[22]Abul Fazl, "*Ain-i-Akbari*", traducción al inglés de H. Blochman, vol. I, Calcuta, 1893, p. 91.

[23]Exhibición sobre "Civilizaciones de Anatolia", organizada por el Consejo Europeo, Museo Aya Sofya, Estambul, 1983.

[24]S. Rizvi, *Shah Abd-al Aziz*, Canberra, 1982, p. 483.

[25]Véase, por ejemplo, Russell e Hira Lal, *op. cit.*, vol. II, p. 144 (*julaha*); vol. IV, p. 144 (*muher*) y pp. 385-386 (*patwa*); vol. II, p. 581 (*kashti*).

[26]*The Laws of Manu*, vol. V, núm. 129, p. 191; véase también vol. IV, núm. 219, p. 163.

[27]Russell e Hira Lal, *op. cit.*, vol. I, p. 50.

[28]Ananthakrishna Iyer *et. al.*, *op. cit.*, vol. III, p. 18-19.

[29]G. Pandey, "The Bigoted Julaha", en *Economic and political Weekly*, Calcuta, enero de 1983.

[30]E. Blunt, *The Caste System of Northern India*, 1931; reimpreso en Delhi, 1969, p. 244.

[31]Pandey, *op. cit.*

[32]Con respecto a los musulmanes de Dacca, véase J. Taylor, *Topography and Statistics of the City of Dacca*, Calcuta, 1840.

[33]A. Sharar, *The Last Phase of an Oriental Civilization*, traducción al inglés de E. Harcourt y F. Hussain, Londres, 1969, p. 180.

[34]Yusuf Ali, *op. cit.*, p. 70.

[35]Sharar, *op. cit.*, p. 131.

[36]Citado en Ruseel e Hira Lal, *op. cit.*, vol. II. p. 523.

[37]*Ibid.*, p. 526.

[38]Ananthakrishna Iyer *et. al.*, *op. cit.*, vol. II. p. 21.

[39]C. Bouglé, en D.F. Pocock comp., *Essays on the Caste System by Célestin Bouglé*, Cambridge, 1971, p. 153.

[40]Véase Cohn, *op. cit.*

[41]Taylor, *op. cit.*, p. 64.

[42]N. Manucci y M. Edwardes comps., *Memoirs of the Mogul Court*, Londres, 1964, p. 73.

[43]W. Hamilton, *An Historical Relation of... the Rohilla Afghans*, Londres, 1787, p. 169.

[44]Yusuf Ali, *op. cit.*, p. 91.

[45]Documento dirigido por Pollier a Ironside, 22 de mayo de 1776, *Asiatic Annual Register*, vol. II, 1800, p. 29.

[46]Ghulam Abdul Qadir, *op. cit.*, p. 92.

[47]*Ibid.*, p. 82.

[48]*Ibid.*, p. 77.

[49]*Ibid.*, p. 50.

[50]Watt, *op. cit.*, p. 618; véase también Watson, *The Textile Manufacturs and the Costumes of the People of India*, Londres, 1868, vol. I, p. 5.

[51]Munshi Faiz Baksh, "Tarikh-i-Farah Baksh", traducido al inglés por W. Hoey, *Memoirs of Delhi and Fyzabad*, Allahabad, 1889, vol. II, p. 97.

[52]Sharar, *op. cit.*, p. 177.

[53]Abul Fazl, *op. cit.*, vol. I, p. 92.

[54]Sharar, *op. cit.*, p. 173.

[55]Documento del agente comercial residente Bareilly enviado al gobernador general, 13 de enero de 1803, Colecciones del Consejo, pp. 2947-2953, Biblioteca y Registros Oficiales de la India.

[56]Casamiento de Vazir Ali, 1795, *Asiatic Annual Register*, folletos misceláneos, núm. 9, pp. 11-12.

[57]Véase Museo Topkapi Sarai, colección de trajes ceremoniales de los sultanes, 1770-1820.

[58]Hamilton Buchanan, en Montgomery Martin comp., *History, Antiquities, Topography of Eastern India*, Londres, 1838, vol. II, p. 999.

[59]Véase, por ejemplo, M. Shapiro, "Style", en A. Kroeber comp., *Anthropology Today*, Chicago, 1953, y H. Wölffin, *Principles of Art History*, Londres, 1963.

[60]Sharar, *op. cit.*, p. 173 *ss.* Respecto de la relación entre cultura material y organización social, véase I. Hodder, *Symbols in Action: The Ethnoarchaeological Study of Material Culture*, Cambridge, 1982; véase también R. Tagore, "Coat or Chapkan", *Rabindra Rachanavali*, vol. XII, Calcuta, 1960, pp. 223-229.

[61]En relación con el impacto ejercido por las importaciones británicas, véase D. Kumar comp., *The Cambridge Economic History of India*, vol. II, Cambridge, 1983, pp. 668-673, 842-843; J. Borpujari, "Indian Cottons and the Cotton Famine of 1865", en *Indian and Social History Review*, núm. 10, 1973.

[62]C. Silberrad, *Monograph on Cotton Fabric Production in the North Western Provinces and Oudh*, Allahabad, 1898, p. 46.

[63]*Loc. cit.*

[64]Proclamación de Azamgarh, 25 de agosto de 1857, reproducida en R. Mukherjee, "The Azamgarh Proclamation", en B. De, comp., *Essays Presented to S.C. Sarkar*, Calcuta, 1976, pp. 497-498.

[65]S. Sarkar, *The Swadeshi Movement in Bengal, 1903-1908*, Delhi, 1973, pp. 20-30.

[66]*Ibid.*, p. 120.

[67]A. Coomaraswami, *Art and Swadeshi*, Madrás, s.f., p. 3.

[68]*Loc. cit.*

[69]H. y U. Mukherjee comps., *India's Fight for Freedom or the Swadeshi Movement, 1905-1906*, Calcuta, 1908, p. 203.

[70]*Amrita Bazaar Patrika*, 16-17 de octubre de 1905.

[71]*Bande Mataram*, 10 de octubre de 1907.

[72]*Amrita Bazaar Patrika*, 10 de agosto de 1905; *Abhyudaya* (Allahabad), 19 de marzo y 2 de abril de 1906.

[73]El doctor S. Bose, de la Universidad Tufts, tuvo la amabilidad de enviarme la nota que a continuación reproduzco sobre la ética *mota kapar*, vigente en Bengala a fines del siglo pasado:

> Al culminar el siglo XIX, con el surgimiento del *swadeshi*, hallamos un esfuerzo deliberado por propagar las virtudes de la *mota kapar* —tela doméstica gruesa y no refinada—, como parte de la filosofía de una vida sencilla garantizadora de la lealtad al suelo natal. El antecedente de dicho esfuerzo fue por supuesto el daño provocado a la industria textil local a lo largo de la centuria, resultante de la invasión del mercado doméstico por telas confeccionadas en el extranjero. La vinculación psicológica de las antiguas variedades ligeras y sofisticadas, sobre todo de las sedas, con connotaciones de pureza ritual, así como la nueva atracción hacia el lustre de las mercancías manufacturadas, debían ser destruidas. Numerosos compositores y cantantes rurales, y también algunos poetas, trataron de predicar el nuevo mensaje. La mayoría de las composiciones, cantos y poemas fueron creados entre 1903 y 1908. Al respecto, el cantante más famoso es Charankabi Mukundadas.
>
> *Mota* quiere decir literalmente "grueso" o "áspero", pero el término *mota kapar* posee un significado más amplio: "tela gruesa y áspera", pero también "lienzo sencillo y doméstico". En realidad, *mota chal, mota kapar* ("arroz no refinado, lienzo doméstico") y *mota khabo, mota porbo* ("comeremos *mota*, usaremos *mota*") eran expresiones que iban de la mano. Una de las coplas más famosas que abordaron el tema de los textiles es la siguiente:
>
> *Ma-er deya mota kapar, mathay tule ne re blai.*
> *Ma je amar deen-daridra, er beshi aaj sadhya nai.*
> (La Madre nos ha regalado esta tela sencilla, úsala con orgullo.
> Ella es pobre y está desamparada, y hoy no nos puede ofrecer otra cosa.)
>
> A continuación incluyo la traducción de una canción que resume con claridad la actitud de *mota khabo, mota porbo*. Su autor es Rajanikanto Sen, célebre compositor de cantos *swadeshi* y devocionales:

Quizá seamos pobres, quizá seamos pequeños,
pero formamos una nación de siete *krors* [setenta millones]; hermanos, ¡despierten!
Defiendan sus hogares, protejan sus tiendas,
no permitan que la semilla de nuestros graneros sea saqueada.
Comeremos nuestros cereales no refinados y usaremos el áspero lienzo doméstico.
Qué nos importan el espliego y las baratijas importadas.
Los extranjeros desecan la leche de nuestra Madre,
¿acaso nos quedaremos inmóviles y sólo observaremos?
No desperdicien esta oportunidad, hermanos.
Vengan y reúnanse a los pies de la Madre.
No compraremos el frágil cristal, porque se rompe con gran facilidad.
Seguiremos siendo humildes y llevaremos una vida sencilla.
Así, nadie podrá hurtar nuestra dignidad.
No desperdicien esta oportunidad, hermanos.
Vengan y reúnanse a los pies de la Madre.

En otro canto muy conocido, Charankabi Mukundadas exhorta a las mujeres bengalíes a que se deshagan de sus paños de seda y de sus brazaletes de vidrio. Les pide que no se dejen engañar por el falso brillo de los productos importados, y que no usen la *kalanka* (vergüenza) en lugar de la *shankha* (la ajorca *chank* blanca, símbolo de la castidad). Les recuerda que el hecho de que no posean verdaderos brazaletes de oro no constituye una causa de aflicción. Las hijas de Bengala deben vigilar que la riqueza de la Madre ya no sean avenada nunca más.

[74]Mahatma Gandhi, *Collected Works*, Delhi, 1962-1973, vol. XV, p. 485.

[75]*Ibid.*, vol. XVI, p. 30.

[76]Citado por S. Sinha, *The Social Thinking of Rabindranath Tagore*, Calcuta, 1965, p. 48.

[77]*Ibid.*, p. 49.

[78]Comunicación personal, Rajnarayan Chandavarkar. Véase también su tesis de doctorado, "Labour and Society in Bombay, 1918-1940", Cambridge, 1983.

[79]Alan MacFarlane, "The Root of All Evil", en D. Parkin, comp., *The Anthropology of Evil*, Oxford, 1985.

[80]Michael T. Taussig, *The Devil and Commodity Fetishism in South America*, Chapel Hill, Carolina del Norte, 1980.

DATOS ACERCA DE LOS COLABORADORES

ARJUN APPADURAI es profesor adjunto de antropología y estudios sudasiáticos en la Universidad de Pensilvania. Autor de *Worship and Conflict Under Colonial Rule* (1981).

C.A. BAYLY es catedrático de la Universidad de Cambridge y conferencista en materia de estudios relativos a la comunidad de naciones. Ha publicado *The Local Roots of Indian Politics: Allahabad, 1880-1920* (1975) y *Rulers, Townsmen and Bazaars: North Indian Society in the Age of British Expansion, 1770-1870* (1983).

LEE V. CASSANELLI es profesor del Departamento de Historia de la Universidad de Pensilvania. Autor de *The Shaping of Somali Society: Reconstructing the History of a Pastoral People* (1982).

WILLIAM H. DAVENPORT enseña antropología en la Universidad de Pensilvania, de cuyo museo desempeña el cargo de conservador del área de Oceanía. Ha realizado investigación de campo en Jamaica y en las islas Salomón, así como investigación histórica sobre Hawai durante el periodo previo a la llegada de los europeos. Ha publicado numerosos trabajos en la materia.

PATRICK GEARY es profesor adjunto de historia en la Universidad de Florida. Autor de *Furta Sacra: Thefts of Relics in the Central Middle Ages* (1978) y *Aristocracy in Provence: The Rhone Basin at the Dawr of the Carolingian Age* (1985).

ALFRED GELL enseña antropología social en la Escuela de Economía y Ciencia Política de Londres. Ha publicado *Metamorphosis of the Cassowaries: Umeda Society, Language and Ritual* (1975).

IGOR KOPYTOFF, del Departamento de Antropología de la Universidad de Pensilvania, es compilador (junto con Suzanne Miers) de *Slavery in Africa: Historical and Anthropological Perspectives* (1977) y autor de *Varieties of Witchcraft: The Social Economy of Secret Power* (en prensa).

WILLIAM M. REDDY es profesor adjunto de historia en la Universidad Duke y autor de *The Rise of Market Culture: The Textile Trade and French Society, 1750-1900* (1984).

COLIN RENFREW es profesor de arqueología en la Universidad de Cambridge y miembro del St. John's College. Autor de *Problems in European Prehistory* (1979) y *Approaches to Social Archaeology* (1984).

BRIAN SPOONER es profesor del Departamento de Antropología de la Universidad de Pensilvania. Autor de *Ecology in Development: A rationale for Three-Dimensional Policy* (1984).

ÍNDICE ANALÍTICO